

## Les réels à portée de tous

Acquérir les savoirs et savoirs-faire pour comprendre pourquoi et comment faire des Réels Instagram !

### Programme

#### Les réels et votre business

Qu'est ce que c'est ? A quoi ça sert ? Qui utilise ?

#### Le pré-opérationnel

Quelle est ma cible ? Quel est le sujet ? Que vais-je montrer ?

#### L'opérationnel

Avec quoi ? Le tournage et le montage

#### L'analyse

Les statistiques / La stratégie future

#### Objectifs :

- Développer la communication de l'entreprise sur les réseaux
- Augmenter l'attractivité de publication digitales
- Réaliser un réel de qualité
- Définir sa stratégie digitale sur 6 mois



### Critères

#### Public :

Tous. Pour les personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter en amont afin d'envisager la situation la plus adaptée

#### Niveau :

Débutant

#### Pré-requis :

Aucun

#### Durée :

7 heures

#### Horaires :

9H00 – 12H30 / 13H30 – 17H30

#### Tarifs :

Inter 400€ Net de taxe

 **Formation finançable par les OPCO**

#### Délai d'inscription :

J-8 au plus tard

### Modalités

#### Lieu et matériel :

- En entreprise ou chez « Caen tu bosses »

#### Pédagogie et animation :

- Support vidéo / support papier / exercices cas pratique / décision de mise en place factuelle.
- 100% présentiel axée sur l'interaction, la démonstration, l'application et l'information.

#### Documents transmis :

- Support pédagogique + annexes de mise en pratique
- Evaluations tout au long de la journée grâce à des trames d'exercice
- Validation à chaud de la formation
- Attestation individuelle d'assiduité
- Fiche d'émargement

Formation portée par **CP-Formations** en collaboration avec Fais Ma Com



# Les réels à portée de tous

Acquérir les savoirs et savoirs-faire pour comprendre pourquoi et comment faire des Réels Instagram !



## Programme

### Les réels et votre business

Qu'est ce que c'est ? A quoi ça sert ? Qui utilise ?

### Le pré-opérationnel

Quelle est ma cible ? Quel est le sujet ? Que vais-je montrer ?

### L'opérationnel

Avec quoi ? Le tournage et le montage

### L'analyse

Les statistiques / La stratégie future

## Objectifs

- Développer la communication de l'entreprise sur les réseaux
- Augmenter l'attractivité de publication digitales
- Réaliser un réel de qualité
- Définir sa stratégie digitale sur 6 mois

## Critères

### Public : TOUS

(\*Pour les personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter en amont afin d'envisager la situation la plus adaptée)

**Niveau :** Débutant

**Pré-requis :** Aucun

**Durée :** 7h

**Horaires :** 9H00 – 12H30 / 13H30 – 17H30

**Tarifs :** Inter 400€ Net de taxe

**Délai d'inscription :** J-8 au plus tard

**Nombre de stagiaires :** 8 personnes

## Modalités

**Lieu et matériel :** Dans les locaux de l'entreprise, avec le matériel à disposition (un prêt de matériel par Fais Ma Com pourra être envisagé en fonction des besoins et des ressources)

### Pédagogie et animation :

- Le mode d'intervention se fait individuellement ou en petit groupe
- La transmission est basée sur l'expérimentation, l'interaction et la démonstration

### Docs transmis :

- Quelques supports pédagogiques
- Questionnaire d'analyse du besoin
- Evaluation des acquis
- Validation à chaud de la formation
- Attestation d'assiduité
- Fiche d'émargement

### Mode d'évaluation:

- Evaluation à mi-parcours
- Evaluation sommative

FAIS MA  
COM 06 13 47 02 63

Adresse : 8 Avenue de la voie au coq, 14760 Bretteville sur Odon  
Mail: axel@faismacom.fr



# LES ÉTAPES

①

DÉTERMINATION DES AXES DE FORMATION (CHOIX DU OU DES BLOC(S) EN FONCTION DES BESOINS DE L'ENTREPRISE PAR LE GÉRANT)



②

DÉTERMINATION DE LA DURÉE DE FORMATION (MINIMUM DE TROIS MOIS)



③

REPLISSAGE DU "QUESTIONNAIRE D'ANALYSE DES BESOINS PRÉCIS DE L'APPRENTI"



④

DÉBUT DE LA FORMATION EN PRÉSENTIEL (1 JOUR PAR SEMAINE) / DISTANCIEL (4 JOURS PAR SEMAINE)



⑤

DÉBUT DE LA FORMATION EN PRÉSENTIEL (1 JOUR PAR SEMAINE) / DISTANCIEL (4 JOURS PAR SEMAINE)



⑥

QUESTIONNAIRE OU MISE EN SITUATION DE MI-PARCOURS POUR MESURER LES PROGRÈS DE L'APPRENTI



⑦

QUESTIONNAIRE OU MISE EN SITUATION DE FIN DE PARCOURS POUR MESURER LES PROGRÈS DE L'APPRENTI



⑧

FIN DE LA FORMATION ET REPLISSAGE DU QUESTIONNAIRE SUR LA FORMATION



# SOMMAIRE

## I - **BLOC 1** : Définir une stratégie de communication pertinente selon le profil de l'entreprise et la cible **1**

Objectif: Comprendre les grandes stratégies de communication moderne. Analyser la cible de son entreprise et établir un plan de communication pertinent et adapté.

## II - **BLOC 2** : Les canaux de communication et la création du contenu adéquate **3**

### A) Les canaux de communication

- Le site internet **3**
- Les réseaux sociaux **3**
- Le podcast **7**
- Les relations presse **8**
- Le mailing **9**
- Le marketing expérientiel **10**
- Le print **11**

### B) La création de contenu **12**

Objectif: Devenir autonome sur les différents canaux de communication de l'entreprise. Comprendre les différents usages et fonctionnalités pour les exploiter pleinement. Devenir autonome sur les différents outils de création (Suite Adobe, Canva, IA, ...)

## IV - La outils de collaboration **14** (Notion, ASANA, Dropbox)

## V - Grille d'évaluation **15**





# I - DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION PERTINENTE SELON LE PROFIL DE L'ENTREPRISE ET LA CIBLE

## INTRODUCTION À LA COMMUNICATION STRATÉGIQUE

- Comprendre ce qu'est une stratégie de communication
- Importance d'une stratégie de communication pour toute entreprise

## ANALYSE DU PROFIL DE L'ENTREPRISE

- Identification du type d'entreprise : startup, PME, grande entreprise, etc.
- Comprendre la culture, les valeurs, et les objectifs de l'entreprise
- Analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces) de l'entreprise

## COMPRENDRE L'AUDIENCE CIBLE

- Importance de connaître votre public cible
- Techniques pour identifier votre public cible
- Création de personas pour votre public

## ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION PERTINENTE SELON L'ENTREPRISE

- Qu'est-ce qu'un Funnel ?
- Établir des objectifs SMART
- Définition du positionnement et de la proposition de valeur
- Choisir les canaux de communication appropriés

## PLAN DE COMMUNICATION

- Élaboration d'un plan de communication détaillé
- Établir un calendrier de communication
- Budgétisation et allocation des ressources

## CRÉATION DE MESSAGES CLÉS

- Définir les messages clés de l'entreprise
- Rédaction pour différents formats : communiqués de presse, médias sociaux, discours, etc.
- Adapter le message à différents publics



## **RELATIONS PUBLIQUES ET GESTION DE LA RÉPUTATION**

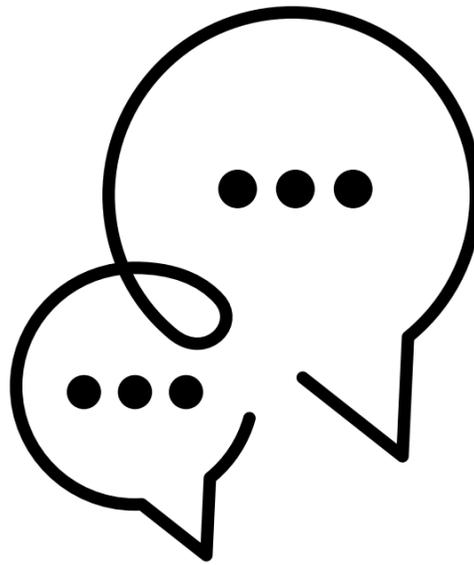
- Importance des relations publiques dans la stratégie de communication
- Gérer la réputation en ligne et hors ligne
- Gérer les crises de communication

## **UTILISATION DES MÉDIAS NUMÉRIQUES**

- Importance des médias numériques dans la stratégie de communication moderne
- Médias sociaux, email, contenu web, SEO, publicité en ligne
- Mesurer et optimiser la performance digitale

## **MESURER L'EFFET DE VOTRE COMMUNICATION**

- Comprendre les indicateurs de performance de communication
- Utilisation d'outils d'analyse pour suivre le succès
- Ajustement de votre stratégie en fonction des données





## II - LES CANAUX DE COMMUNICATION

### 1- Le site internet

- Les bases de Wordpress (front office et back office)
- SEO (Référencement naturel du site)
- SEA (Référencement payant du site)
- Reporting

### 2- Les réseaux sociaux

## Linkedin

#### Introduction à LinkedIn

- Présentation de LinkedIn : histoire, but et audience
- Comprendre l'importance de LinkedIn dans le monde professionnel
- Exploration des fonctionnalités de base

#### Création et optimisation du profil

- Comment créer un compte LinkedIn
- Comment rédiger une biographie efficace
- Comment choisir une photo de profil professionnelle
- Optimisation du titre et des mots-clés

#### Réseau et connexions

- Comment rechercher et ajouter des connexions
- Importance de la personnalisation des demandes de connexion
- Comment automatiser le process de connexion ?

#### Création de contenu et engagement

- Comment et quoi poster sur LinkedIn
- Importance de l'engagement : liker, partager et commenter
- Comment utiliser les hashtags efficacement
- Création de contenu vidéo et écrit

#### LinkedIn pour le marketing et le développement des affaires

- Comment utiliser LinkedIn pour le marketing d'entreprise
- Création et gestion d'une page d'entreprise



# Instagram

## Introduction à Instagram

- Présentation d'Instagram et son importance
- Fonctionnalités clés d'Instagram : flux, stories, IGTV, reels
- Comment créer un compte Instagram

## Création et optimisation de votre profil Instagram

- Choix d'un nom d'utilisateur et d'une image de profil
- Rédaction d'une biographie efficace
- Utilisation du lien dans la bio

## Publication et engagement sur Instagram

- Comment et quand publier du contenu
- Création de contenu visuellement attrayant
- Utilisation des hashtags pour augmenter la visibilité
- Comment interagir avec les abonnés pour favoriser l'engagement

## Instagram Stories et autres formats de contenu

- Comment utiliser Instagram Stories pour engager votre audience
- Création de contenu pour IGTV et Instagram Reels
- Utilisation des stickers et filtres pour augmenter l'engagement

## Instagram pour les entreprises

- 
- Comment passer à un compte professionnel ou créateur
- Utilisation d'Instagram Shopping et d'autres outils commerciaux
- Planification et programmation des publications

## Publicité sur Instagram

- Présentation des publicités Instagram
- Comment créer des publicités efficaces
- Suivi des performances de vos publicités

## Analyse et amélioration des performances

- Utilisation des statistiques Instagram pour comprendre votre audience
- Comment suivre les performances de vos publications
- Ajuster votre stratégie basée sur les données

## Instagram et le droit

- Comprendre les droits d'auteur et les questions de confidentialité sur Instagram
- Éthique et transparence dans les partenariats de marque



# Facebook

## Introduction à Facebook

- Présentation de Facebook : histoire, audience et utilité
- Comprendre l'interface de Facebook et ses fonctionnalités
- Comment créer un compte Facebook

## Création et Optimisation de votre Profil Facebook

- Comment choisir une photo de profil et une photo de couverture appropriées
- Rédaction d'une biographie efficace
- Confidentialité et paramètres de sécurité

## Publication et Engagement sur Facebook

- Règles de base pour publier du contenu sur Facebook
- Comment et quand publier pour un engagement maximal
- Interagir avec votre audience : commentaires, messages, groupes

## Facebook pour les Entreprises

- Création et gestion d'une page Facebook d'entreprise
- Stratégie de contenu pour les pages d'entreprise
- Utilisation des fonctionnalités spécifiques aux entreprises, comme les services et les avis

## Publicité sur Facebook

- Introduction à Facebook Ads Manager
- Création de campagnes publicitaires ciblées
- Suivi et optimisation de vos publicités

## Analyse des Performances avec Facebook Insights

- Comprendre et utiliser Facebook Insights pour suivre les performances de votre page
- Interprétation des métriques clés et ajustement de votre stratégie
- Comment utiliser les données pour prendre des décisions éclairées

## Facebook et la Vidéo

- Importance de la vidéo sur Facebook
- Utilisation de Facebook Live et Facebook Watch
- Meilleures pratiques pour la création de vidéos engageantes

## Facebook et le Droit

- Comprendre les règles de confidentialité et les droits d'auteur sur Facebook
- Éthique et transparence dans les partenariats de marque et la publicité



# Tik Tok

## Introduction à TikTok

- Présentation de TikTok : histoire, audience et utilité
- Exploration de l'interface et des fonctionnalités de TikTok
- Comment créer un compte TikTok

## Création et Optimisation de votre Profil TikTok

- Comment choisir une photo de profil et une biographie appropriées
- Configuration des paramètres de confidentialité et de sécurité

## Publication et Engagement sur TikTok

- Comprendre l'algorithme de TikTok
- Comment créer des vidéos TikTok attrayantes
- Utilisation de la musique, des filtres et des effets
- Importance des hashtags sur TikTok

## TikTok Trends et Challenges

- Comprendre les tendances et défis sur TikTok
- Comment participer et utiliser ces tendances pour augmenter la visibilité
- Créer vos propres tendances et défis

## TikTok pour les Entreprises et le Personal Branding

- Création et gestion d'un compte professionnel TikTok
- Stratégie de contenu pour les entreprises sur TikTok
- Cas d'études d'entreprises ayant réussi sur TikTok

## Publicité sur TikTok

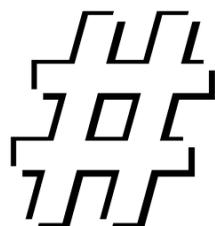
- Présentation de TikTok Ads Manager
- Création de campagnes publicitaires ciblées
- Suivi et optimisation de vos publicités

## Analyse des Performances avec TikTok Analytics

- Comprendre et utiliser TikTok Analytics pour suivre les performances
- Interprétation des métriques clés et ajustement de votre stratégie
- Utilisation des données pour améliorer votre contenu

## TikTok et le Droit

- Comprendre les questions de droits d'auteur et de propriété intellectuelle sur TikTok
- Éthique et transparence dans les partenariats de marque et la publicité



## 3 - Le podcast

### Introduction aux Podcasts

- Qu'est-ce qu'un podcast ?
- Pourquoi créer un podcast ?
- Aperçu du paysage du podcasting

### Planification de votre Podcast

- Définir le concept de votre podcast
- Identifier votre public cible
- Planifier le format et la durée

### Équipement et Logiciel

- Microphones et équipements d'enregistrement
- Logiciels d'enregistrement et de montage
- Applications d'hébergement de podcasts

### Techniques d'Enregistrement

- Enregistrement solo, co-hébergement et invités
- Techniques pour une bonne qualité audio
- Comment gérer les erreurs pendant l'enregistrement

### Montage et Post-production

- Techniques de montage audio de base
- Comment améliorer la qualité du son en post-production
- Utilisation de la musique et des effets sonores

### Publication et Hébergement de Podcasts

- Comment héberger votre podcast
- Comment publier votre podcast sur des plateformes comme Apple Podcasts, Spotify, Google Podcasts, etc.
- Gestion des métadonnées pour améliorer la découverte

### Promotion et Croissance de Votre Podcast

- Techniques de marketing pour les podcasts
- Engagement avec votre audience
- Monétisation de votre podcast



## 4 - Les relations presse

### Introduction aux Relations Presse

- Définition et rôle des relations presse
- Différences entre relations presse, publicité et marketing

### Comprendre les Médias

- Types de médias : imprimés, digitaux, télévision, radio
- Comment les journalistes travaillent
- Comprendre les besoins des journalistes

### Construire une Stratégie de Relations Presse

- Identifier votre public cible et choisir les bons médias
- Définir des objectifs de relations presse
- Créer un plan de relations presse

### Rédiger des Communiqués et Dossiers de Presse

- Structure d'un communiqué de presse
- Comment rédiger un communiqué de presse efficace
- Préparer un dossier de presse

### Pitcher aux Journalistes

- Comment trouver les bonnes coordonnées
- Techniques pour approcher les journalistes
- Suivi après le pitch

### Organiser des Conférences de Presse et des Événements

- Quand organiser une conférence de presse
- Préparation et logistique des événements de presse
- Accueillir les journalistes lors d'un événement

### Gérer les Demandes des Médias et les Entretiens

- Répondre aux demandes des journalistes
- Préparation aux interviews
- Gestion des citations et vérification des faits

### Mesurer le Succès des Relations Presse

- Comprendre les indicateurs de performance clés (KPI)
- Suivi et analyse de la couverture médiatique
- Ajuster la stratégie en fonction des résultats

### Éthique et Aspects Légaux

- Les lois de diffamation et de confidentialité
- Respecter l'éthique en relations presse
- Gérer les informations sensibles et confidentielles



## 5. Le mailing

### Introduction à l'Emailing

- Comprendre l'importance de l'emailing dans le marketing digital
- Différents types d'emails : newsletters, emails promotionnels, emails transactionnels, etc.

### Construire une Liste d'Emails

- Les bases de la collecte d'adresses email
- Les lois sur la protection des données et le consentement
- Gestion et nettoyage de la liste d'emails

### Création d'un Email

- Les éléments d'un bon email : objet, pré-header, corps, appel à l'action
- Rédaction pour l'email : clarté, concision et pertinence
- Design d'email : disposition, images, typographie

### Plateformes d'Emailing

- Présentation des différentes plateformes d'emailing
- Comment choisir la plateforme qui vous convient le mieux
- Configuration et utilisation d'une plateforme d'emailing

### Stratégies d'Emailing

- Développer une stratégie d'emailing
- Segmentation et personnalisation
- Automatisation de l'emailing : scénarios de marketing automation

### Délivrabilité des Emails

- Comprendre la délivrabilité des emails
- Comment éviter les filtres de spam
- Tester et améliorer votre délivrabilité

### Analyse et Optimisation des Emails

- Les indicateurs de performance clés (KPIs) de l'emailing
- Analyse des rapports d'emailing
- Tests A/B et optimisation des emails

### Emailing et Mobile

- Importance de l'optimisation des emails pour les appareils mobiles
- Meilleures pratiques pour les emails mobiles
- Test des emails sur différents appareils et plateformes

### Emailing et RGPD

- Comprendre le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)
- Application du RGPD à l'emailing
- Meilleures pratiques pour la conformité au RGPD



## 6. Le marketing expérientiel

Chez Fais Ma Com, nous prenons le marketing expérientiel comme un canal à part entière.

### Introduction au Marketing Expérientiel

- Comprendre ce qu'est le marketing expérientiel et son importance
- Différences entre le marketing expérientiel et les autres formes de marketing

### Créer une Expérence de Marque Mémorable

- Comment utiliser le storytelling dans le marketing expérientiel
- Créer une expérence immersive et engageante, l'effet Waouh
- Importance de la cohérence de la marque

### Planification d'un Événement Expérientiel

- Définir les objectifs de votre événement
- Planification logistique de l'événement
- Gérer les partenariats et les sponsors

### Technologie et Marketing Expérientiel

- Importance des médias sociaux dans la diffusion de l'expérence
- Utilisation de la technologie pour améliorer l'engagement

### Mesure du Succès d'une Campagne de Marketing Expérientiel

- Définir des indicateurs de performance clés (KPI)
- Collecte de données et suivi de l'engagement
- Analyse des résultats et ajustements de la stratégie



## 7. Le print - graphisme

### Introduction au Print et à la Création Graphique

- Comprendre les bases du Print et son importance dans le marketing
- Présentation des principaux types de supports d'impression : flyers, affiches, brochures, etc.

### Les Fondamentaux du Design Graphique

- Bases du design : typographie, couleurs, mise en page, hiérarchie visuelle
- Les principes de conception graphique pour le Print

### Logiciels de Conception Graphique

- Présentation des logiciels de conception graphique (Adobe Illustrator, InDesign, etc.)
- Utilisation des outils de base pour la création graphique

### Création d'un Flyer Impactant

- Élaboration d'un concept pour un flyer
- Choix des éléments visuels et textuels pertinents
- Techniques pour attirer l'attention du public cible

### Conception d'une Affiche

- Création d'une affiche percutante et lisible à distance
- Utilisation des images et des éléments visuels pour transmettre un message clair
- Les différents formats d'affiches et leurs particularités

### Design de Brochures et Dépliants

- Création d'une mise en page attractive pour une brochure ou un dépliant
- Utilisation des grilles et des gabarits pour une cohérence visuelle
- Intégration de textes et d'images de manière équilibré

### Gestion des Couleurs et des Impression

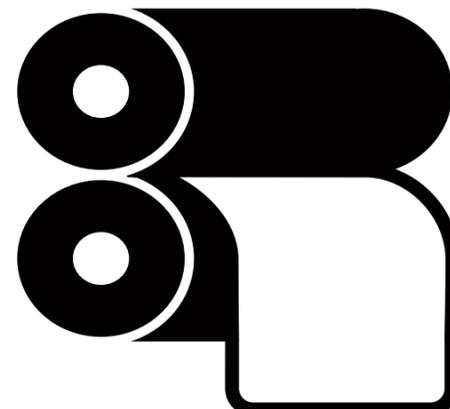
- Comprendre les modes colorimétriques : CMJN et RVB
- Gestion des couleurs pour l'impression : calibration, conversion, et profil ICC
- Préparation des fichiers pour l'imprimeur

### Gestion des Textes et Polices

- Choix des polices appropriées pour le Print
- Astuces pour une lisibilité optimale des textes
- Considérations typographiques pour différents supports

### Finis et Effets Spéciaux

- Utilisation des finis spéciaux tels que le vernis sélectif, le gaufrage, le pelliculage, etc.
- Création d'effets visuels pour ajouter de l'impact au Print
- Préparation des fichiers pour les finitions spéciales





## III - LA CRÉATION DE CONTENU

### Introduction à la Création de Contenu

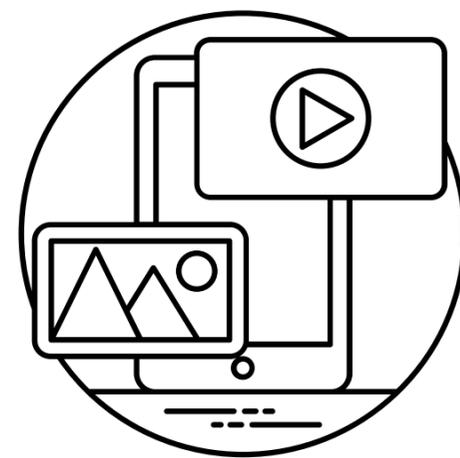
- Comprendre ce qu'est la création de contenu et son importance
- Les différents types de contenu : écrit, visuel, vidéo, audio, etc.
- Vue d'ensemble du processus de création de contenu
- L'usage de l'IA (Avantages et limites)

### Identification de votre Audience Cible

- Comprendre l'importance de connaître votre audience
- Techniques pour identifier votre audience cible
- Création de personas pour votre audience

### Développer une Stratégie de Contenu

- Établir des objectifs de contenu clairs et mesurables
- Définition de votre ton et voix de marque
- Création d'un calendrier éditorial



### Création de Contenu Écrit

- Techniques de rédaction pour différents formats : blogs, articles, médias sociaux, newsletter, ect. (Méthodologie)
- Comment écrire des titres et des méta-descriptions attrayants
- Pratiques de référencement pour le contenu écrit

### Création de Contenu Visuel

- Principes de conception graphique
- Utilisation de logiciels de création graphique comme Photoshop ou Canva (avec ou sans IA)
- Photographie et retouche d'images

### Création de Contenu Vidéo

- Bases de la production vidéo : scénario, tournage et montage, chemin de fer, utilisation de première pro, after effect ou autres
- Meilleures pratiques pour les vidéos sur les médias sociaux
- Introduction à la diffusion en direct (Twitch, Live)

### Introduction au User Generated Content (UGC)

- Comprendre ce qu'est le User Generated Content
- Importance et avantages de l'UGC dans le marketing moderne
- Identifier et Encourager l'UGC
- Gestion des Droits sur l'UGC
- Utilisation de l'UGC dans votre Stratégie de Contenu

## **Création de Contenu Audio (Podcasts et Plus)**

- Bases de la production audio : enregistrement, montage et publication
- Comment créer un podcast réussi
- Utilisation du son dans le contenu vidéo et interactif

## **Influence, collaborations et partenariats pour étendre la portée**

- Définitions des termes
- Les avantages
- Les désavantages

## **Introduction au Storytelling**

- Comprendre le concept et l'importance du storytelling
- Rôle du storytelling en communication et marketing

## **Fondements du Storytelling**

- Les éléments clés d'une bonne histoire : personnages, intrigue, conflit, résolution
- Types d'histoires et structures narratives courantes
- Le voyage du héros : un modèle pour le storytelling

## **Le Storytelling et votre Marque**

- Définir l'histoire de votre marque
- Aligner votre histoire avec votre mission, votre vision et vos valeurs
- Communiquer votre histoire de marque à votre public

## **Écriture de Scénarios**

- 
- Techniques pour écrire une histoire engageante
- Utiliser les émotions pour connecter avec votre audience
- Écrire pour différents formats : articles de blog, vidéos, discours, etc.

## **Le Storytelling Visuel**

- Importance du storytelling visuel dans le marketing moderne
- Techniques de storytelling pour la photographie et la vidéo
- Utilisation des graphiques et des infographies pour raconter une histoire

## **Mesure de l'Effet de votre Contenu**

- Comprendre les métriques de performance de contenu
- Utilisation d'outils d'analyse pour suivre le succès
- Ajustement de votre stratégie en fonction des données

## **Aspects Légaux et Éthiques de la Création de Contenu**

- Droits d'auteur et utilisation équitable
- Confidentialité et consentement
- Éthique en matière de contenu





## IV - LA OUTILS DE COLLABORATION (NOTION, ASANA, DROPBOX)

### Introduction aux Outils de Collaboration

- Comprendre ce qu'est un outil de collaboration et son importance
- Présentation d'Asana et Notion

### Prise en main d'Asana

- Créer un compte et configurer Asana
- Naviguer dans l'interface d'Asana
- Créer des projets, des tâches et des sous-tâches

### Utiliser Asana pour la Gestion de Projet

- Assigner des tâches et fixer des échéances
- Suivre la progression d'un projet avec Asana
- Utiliser les vues de tableau de bord et de calendrier

### Collaborer avec Asana

- Inviter des membres à votre équipe Asana
- Communiquer avec les commentaires et les @mentions
- Partager des fichiers et des liens avec Asana

### Prise en main de Notion

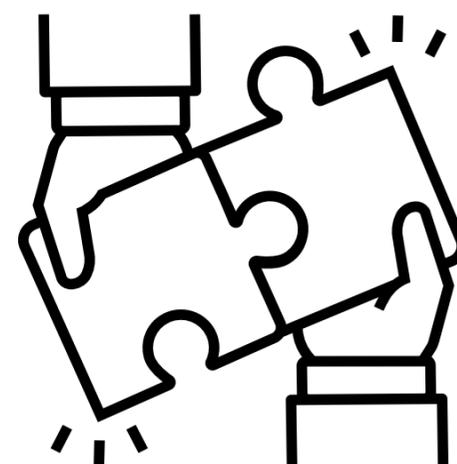
- Créer un compte et configurer Notion
- Naviguer dans l'interface de Notion
- Créer des pages, des bases de données et des blocs dans Notion

### Utiliser Notion pour l'Organisation et la Documentation

- Créer des notes, des wikis et des listes de tâches avec Notion
- Organiser les informations avec les pages imbriquées et les liens
- Utiliser les modèles de Notion pour différents usages

### Collaborer avec Notion

- Inviter des membres à votre espace de travail Notion
- Collaborer sur les pages et les bases de données



**FAIS MA  
COM**

 **06.13.47.02.63**

 **axel@faisma.com.fr**

[www.faisma.com.fr](http://www.faisma.com.fr)