

# Cycle Community Manager

Environnement digital - webmarketing -



## En résumé

Une stratégie web performante a pour objectif de construire une relation durable avec les clients et prospects de l'entreprise.

A l'heure du collaboratif et du conversationnel, le site n'est plus seul à porter l'image et l'offre.

En conséquence la mesure du retour sur investissement se complexifie.

L'animation des communautés sur le Web est primordiale.

## Objectifs :

Acquérir les outils nécessaires pour gérer, développer et animer les réseaux sociaux et la visibilité de son entreprise sur internet.

## Prérequis :

Se référer aux prérequis des modules de formation concernés par ce cycle.

## Participants :

Toute personne se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à cette fonction.

**2 916 €**

Ce prix est net de taxe et intègre une remise de 10% pour la totalité du cycle de formation.



9 jours soit 63 heures



Certificat de compétences en entreprise (CCE)



Eligible au CPF



# Moyens pédagogiques et d'encadrement

## Méthodes pédagogiques et moyens techniques

La méthode pédagogique proposée est active, favorisant la participation et l'implication de chaque participant, ainsi que les échanges au sein du groupe (alternance de tours de table, apports théoriques, étude et validation de documents).

Discussions et échanges sur les pratiques.

Alternance de courts exposés théoriques et d'applications pratiques.

## Moyen d'appréciation de l'action

Lors de la formation, les participants sont soumis à des mises en situation, des exercices pratiques, des échanges sur leurs pratiques professionnelles permettant un contrôle continu de leur progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

## Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

## Accompagnement

Chaque stagiaire bénéficiera d'un accompagnement personnalisé afin d'adapter, si nécessaire, le cycle de formation à ses besoins spécifiques en développement de compétences dans un objectif de professionnalisation.

## Certification

A l'issue de la formation vous pouvez valider le Certificat de Compétences en Entreprise (CCE) "Mettre en oeuvre des actions de communications numérique dans l'entreprise", inscrit au Répertoire Spécifique de France Compétences et délivré par CCI France.

## Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Dans le cas où vous mobilisez votre CPF (Compte Personnel de Formation) pour financer cette formation, l'inscription est possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référente pour que nous étudions votre demande.



# Rôle et missions du Community Manager - Classe virtuelle

Environnement digital - webmarketing -

## Objectifs :

- Identifier la place et les missions du Community Manager.
- Connaitre les fonctionnalités des différents réseaux sociaux.
- Repérer les bonnes pratiques pour créer et animer sa communauté.
- S'approprier une boîte à outils "Community Manager".

## Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

## Participants :

Toute personne se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à cette fonction.

## Effectifs :

L'effectif maximum est de 8 personnes.

## Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du webmarketing.  
Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

## Le contenu

**380 €**  
Net de taxe par personne

---

N2 COMMUNITYMANCV 20-A20

---

 1 journée, soit 7 heures

 Formation à distance

 Classe virtuelle

---

 Appartient au(x) cycle(s) :  
Cycle Community Manager

**Dates et villes**  
Grenoble - 04 76 28 29 28  
Sessions à venir - Nous contacter



## 1. Identifier les missions du Community Manager

La place du Community Manager.

Ses compétences.

Ses savoir-faire et savoir être.

## 2. Prendre en main les différents réseaux sociaux et leurs fonctionnalités

Panorama des réseaux sociaux.

Leur paramétrage.

Gérer son e-réputation.

## 3. Définir une stratégie de présence sur le Web

Les étapes clés.

## 4. Connaître les règles des publications

## 5. Acquérir les bonnes pratiques

Créer sa boîte à outils du Community Manager.

Savoir créer et animer une communauté.

Organiser la veille sur les réseaux sociaux.

## 6. Analyser les statistiques en rapport avec ses objectifs

Analyse des KPIs.



# Méthodes, moyens et suivi

## Méthodes pédagogiques et moyens techniques

La méthode pédagogique proposée est active, favorisant la participation et l'implication de chaque participant, ainsi que les échanges au sein du groupe (alternance de tours de table, apports théoriques, étude et validation de documents).

Discussions et échanges sur les pratiques.

Alternance de courts exposés théoriques et d'applications pratiques.

## Moyens techniques

Cette formation est organisée en classe virtuelle, à distance via la plateforme Webex.

Le lien, les accès ainsi que les coordonnées du support technique vous seront communiqués par e-mail en amont de la formation.

Un test de connexion et un accompagnement à la première prise en main de la plateforme (réglage du son, du micro et de la webcam, partage de documents...) sera programmé avant le démarrage. L'invitation vous sera envoyée avec la convocation.

## Configuration requise

- Un ordinateur avec une connexion à Internet.
- Disposer d'un téléphone.
- Disposer d'une adresse mail.
- Une webcam est fortement conseillée.

## Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée pendant ou en fin de formation par le formateur. Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

## Suivi de l'action

Le suivi de l'action se fera à distance avec le formateur qui attestera de la présence des stagiaires lors des séances de formation à distance en classe virtuelle.

## Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



# Mettre en oeuvre des actions de communication numérique - Formation certifiante

Environnement digital - webmarketing -

## En résumé

Le numérique, un outil de croissance pour votre entreprise.

Cette formation est éligible au CPF. Inscrivez-vous sur "[Mon Compte Formation](#)".

## Objectifs :

Identifier et planifier un projet de communication digitale.

Produire et mettre en œuvre du contenu adapté à la communication digitale.

Mesurer les résultats et contribuer au développement de la communication digitale.

## Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

## Participants :

Dirigeant(e), personne en charge du web, du marketing, de la communication digitale.

## Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

## Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, expert dans le webmarketing.

Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

## Le contenu

**1 400 €**  
Net de taxe (hors certification)

---

N1 ACTNUM 19-B21

---

|                                                                                                                |                                                                                                                                      |                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <br>4 jours, soit 28 heures | <br>Certificat de compétences en entreprise (CCE) | <br>Eligible au CPF |
| <br>Formation certifiante   | <br>Formation à distance                          |                                                                                                        |

---

  
Appartient au(x) cycle(s) :  
Cycle Community Manager

**Dates et villes**  
Grenoble - 04 76 28 29 28  
Sessions à venir - Nous contacter



## 1. Analyse du positionnement en ligne, des outils et canaux de communication

Les principes du marketing digital.

Le positionnement.

Les canaux de communication numérique.

L'impact du digital dans sa communication.

## 2. Planification d'un projet de communication numérique

Définition des objectifs et priorisation des actions.

Formalisation de l'écosystème web pour faire apparaître les différents points de contact.

Planification des publications digitales.

## 3. Identification des moyens humains et financiers

Élaboration d'un circuit éditorial adapté à ses moyens (Workflow Editorial).

Identifier des prestataires externes.

Estimer les coûts.

## 4. De la stratégie digitale à la formalisation : le cahier des charges

Les objectifs poursuivis.

Le calendrier de réalisation et les spécifications techniques, ergonomiques et éditoriales.

## 5. Elaboration des contenus adaptés aux canaux et supports de communication numérique

Insertion du contenu multimédia à travers les différents canaux.

Structurer son discours et construire des contenus adaptés à chaque canal de communication.

## 6. Gestion de l'évolution et de la mise à jour régulière des supports de communication numérique de l'entreprise

Adaptation de son arborescence pour réorganiser ses contenus.

Optimisation de l'ergonomie de son site pour augmenter la conversion de ses visiteurs en clients.

Utilisation des gabarits de contenu pour gagner en confort rédactionnel.

Gain en visibilité sur les moteurs de recherche : SEO et SEA.

## 7. Pilotage des modalités d'animation de la relation clients/utilisateurs sur les supports de communication numérique

Les fondamentaux de l'identité numérique et de la e-réputation.

Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?

Mise en place d'une veille active : analyser, engager la conversation.

Réponse aux avis.

Préparation de sa stratégie de réponse aux avis.

Les bonnes pratiques pour animer sa communauté : règles de conduite, convivialité, respect mutuel.

## 8. Construction des tableaux de bord et des indicateurs de suivi

Quels sont les KPI (indicateurs clés de performance) ?

Comment construire son tableau de bord en fonction de la stratégie opérationnelle choisie ?

Mise en pratique : définir les indicateurs en fonction des facteurs clés de succès pour atteindre l'objectif.



## 9. Analyse de l'efficacité des outils et actions de communication digitale de l'entreprise

Analyse de la fréquentation, les outils et plateformes de mesure et de suivi d'audience.

Mesure du Retour sur investissement.

Définition des jalons de la surveillance des indicateurs de suivi.

Analyse des écarts entre les résultats attendus et les résultats mesurés.

## 10. Définition des mesures correctives à mettre en œuvre au regard des non-satisfactions identifiées

Identification des causes et origines des écarts.

Construction d'un plan d'action.

# Méthodes, moyens et suivi

### Méthodes pédagogiques

Alternance d'apports théoriques et d'exercices pratiques

Nombreux exemples et analyses de cas concrets. Zoom sur les mots clés.

### Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

### Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le/la stagiaire.

### Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Dans le cas où vous mobilisez votre CPF (Compte Personnel de Formation) pour financer cette formation, l'inscription est possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

*A l'issue de cette formation, vous pourrez valider le Certificat de Compétences en Entreprise (CCE) "Mettre en œuvre des actions de communication numérique dans l'entreprise" inscrit au répertoire spécifique de France Compétences et délivré par CCI France.*

## Partenaires



5 - 7 Place Robert Schuman - 38000 Grenoble - France  
T. 04 76 28 29 28 - F. 04 76 28 29 78 - cciformation@grenoble.cci.fr  
[www.cciformation-grenoble.fr](http://www.cciformation-grenoble.fr)  
Siret : 183 830 017 00236 - Code NAF : 8532Z



n° 000 743 4

# Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads

Environnement digital - webmarketing -

## En résumé

Être présent immédiatement dans les premières positions sur Google lorsque l'internaute effectue une recherche en rapport avec votre activité, c'est possible ! Découvrez et percez les secrets de la régie publicitaire de Google Ads.

## Objectifs :

- Comprendre le fonctionnement de la plus grosse plateforme de communication web : Ads.
- Faire ses premiers pas dans l'interface.
- Être capable de paramétrer, d'optimiser sa campagne de communication web.

## Prérequis :

Aucun prérequis n'est exigé pour cette formation.

## Participants :

Tout dirigeant ou collaborateur souhaitant promouvoir son entreprise sur Google.

## Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

## Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, expert dans le référencement et le web-marketing.  
Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

## Le contenu

**360 €**  
Net de taxe par personne

---

N1 CAMPUBADWORDS 15-C21

---

  
1 jours, soit 7 heures

---

  
Appartient au(x) cycle(s) :  
Cycle Community Manager

**Dates et villes**  
Grenoble - 04 76 28 29 28  
Sessions à venir - Nous contacter



## 1. Ads : Pourquoi / Comment ?

Qu'est-ce que le référencement payant ?

Réseaux de recherche vs réseaux de contenus.

Quelles définitions : CPC, CTR, CPM.

Les différents types de campagnes : textuelles, bannières, vidéo, Google shopping, remarketing, remarketing dynamique.

## 2. Première étape : organisation stratégique

Vers qui communiquer ?

Quel produit mettre en avant ?

Quand communiquer ?

Quel budget allouer à cette action.

Quelle incidence sur mon site internet ?

## 3. Deuxième étape : paramétrage de la campagne

Organiser son compte : campagne, groupe d'annonces, annonces.

Choix des mots.

Rédaction des annonces.

Paramétrage avancé de la campagne.

Mise en ligne de la campagne.

## 4. Troisième étape : suivi et optimisation

Suivre ses campagnes sur l'interface Ads.

Utiliser Google Analytics.

Le suivi des objectifs/des conversions.

Analyser son ROI.

Prendre une décision face à une donnée chiffrée.



# Méthodes, moyens et suivi

## Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Communiquer sur Google et sur ses sites partenaires (Youtube. . . ).

Conseils individualisés.

Définition d'options de ciblage.

Déterminer votre ROI.

Nombreux exemples et analyses.

## Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

## Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

## Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



### En résumé

Dans toute stratégie web-marketing, acquérir de la visibilité et augmenter son audience sont des enjeux primordiaux.

Mais comment augmenter sa visibilité et sa notoriété sans repère précis sur la performance de son site Internet ?

Acquérir les connaissances nécessaires à l'analyse de son site est essentiel pour prendre les décisions pertinentes et adaptées à son développement.

### Objectifs :

Savoir utiliser les outils d'analyse pour suivre l'évolution de la fréquentation de son site Internet et prendre des décisions.

### Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

### Participants :

Dirigeant(e), personne chargée du marketing, de la communication ou du site Internet.

### Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

### Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, expert dans le référencement et le web-marketing.

Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

### Le contenu

**360 €**

Net de taxe par personne

N1 PILOTGOOGANA 15-C21



1 jour, soit 7 heures



Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle Community Manager

### Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

Sessions à venir - Nous contacter



## 1. Les fondamentaux du trafic Internet

## 2. Enjeux du web analytics

Pourquoi utiliser un outil de web analytics ?

Quelles sont les solutions gratuites et payantes ?

## 3. Présentation du mode de fonctionnement de l'interface

Créer un compte Google Analytics.

Paramétrer son suivi statistique.

Mettre en place un plan de marquage cohérent.

## 4. Entrée progressive dans les différentes sources de données

Visiteurs : typologie de visiteurs, fidélité, origines géographiques, etc...

Sources : liens entrants, moteurs de recherche, campagnes publicitaires, etc...

Contenus : pages les plus consultées, chemins de navigation, etc...

## 5. Interprétation des données et réactions possibles

Comprendre les données.

Prendre les décisions nécessaires après l'étude des statistiques.

Utiliser les outils d'analyse comme tour de contrôle de l'ensemble de votre activité web.

## 6. Rapports personnalisés

Création des rapports.

Affichage dans le tableau de bord.

Segments avancés, les filtres, les profils.



# Méthodes, moyens et suivi

## Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Zoom sur les mots-clés et expressions performantes.

Méthodologie d'évaluation de ses actions.

Mise en place d'un plan de marquage.

Ateliers pratiques.

Nombreux exemples et analyses.

## Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

## Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

## Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite.

Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



# Construire sa stratégie de communication grâce aux réseaux sociaux

Environnement digital - webmarketing -

## En résumé

Votre entreprise utilise les réseaux sociaux et vous souhaitez intensifier cette démarche : définir votre stratégie, mesurer son efficacité, recruter et fidéliser vos clients, notre formation d'une journée vous accompagnera dans votre projet.

## Objectifs :

- Définir une stratégie de communication via les réseaux sociaux.
- Intensifier sa présence sur le net.
- Recruter et fidéliser des clients.
- Mesurer un retour sur investissement.

## Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

## Participants :

Tout responsable ou collaborateur d'entreprise souhaitant rendre la présence de son entreprise sur les réseaux sociaux plus efficace.

## Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

## Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, expert dans le référencement et le web-marketing.

Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

## Le contenu

**380 €**  
Net de taxe par personne

---

N1 BOOSTACTRES2 16-C21

---

  
1 jour soit 7 heures

---

  
Appartient au(x) cycle(s) :  
Cycle Community Manager

**Dates et villes**

Grenoble - 04 76 28 29 28

Sessions à venir - Nous contacter



## 1. Identifier les réseaux sociaux adaptés à l'entreprise

Panorama des médias sociaux.

Comment choisir ses plateformes sociales ?

Les limites des réseaux

## 2. Recruter, fidéliser des clients via les réseaux sociaux

Toucher sa cible.

Recruter avec Facebook ou Twitter.

Fidéliser les internautes à sa marque

## 3. Animer une communauté autour de sa marque, son site

Les bonnes pratiques du Community Manager.

Les stratégies qui mènent à l'échec.

La gestion des retours négatifs, des Bad buzz

## 4. Mesurer l'impact des campagnes sociales

L'analyse des retours de trafic.

Les systèmes de mesure pertinents.

Augmenter son retour sur investissement

# Méthodes, moyens et suivi

### Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Définition d'une stratégie.

Zoom sur les fonctionnalités avancées de Facebook, Instagram, LinkedIn et Twitter..

Outils pour communiquer efficacement sur les réseaux sociaux.

Conseils individualisés.

### Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée en fin de formation par le formateur.

Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

### Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le/la stagiaire.

### Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.



# Maîtriser l'image de son entreprise : l'e-réputation

Environnement digital - webmarketing -

## En résumé

A l'heure où l'un des premiers réflexes que nous avons en rencontrant une nouvelle personne est de la "Googliser" (rechercher de l'information sur Google), une attention particulière doit être portée à votre image sur le web.

Comment maîtriser les informations disponibles ?

Comment gérer les informations rédigées sur vous sans votre consentement ?

## Objectifs :

Comprendre la problématique de l'e-réputation.

Apprendre à surveiller son image.

Savoir réagir en cas de crise.

## Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

## Participants :

Dirigeant(e), personne chargée du marketing, de la communication et en charge du site Internet.

## Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

## Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, expert dans le référencement et le web-marketing.

Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

## Le contenu

**360 €**  
Net de taxe par personne

---

N1 CONTREPUT 15-C21

---

  
1 jour, soit 7 heures

---

  
Appartient au(x) cycle(s) :  
Cycle Community Manager

**Dates et villes**  
Grenoble - 04 76 28 29 28  
Sessions à venir - Nous contacter



## Introduction

Les différents moyens de communication web.  
Les modes de consommation du média Internet.

## E-réputation et réseaux sociaux

Définition et présentation des réseaux sociaux.  
Us et coutumes sur ces réseaux.  
Droit d'auteur, propriété intellectuelle, droit à l'image sur Internet.  
Les aspects juridiques de l'e-réputation.

## Comment maîtriser sa visibilité personnelle

Je ne veux pas être visible.  
Maîtriser l'information personnelle accessible via les différents réseaux sociaux.

## Veille et monitoring du web

Surveiller ce qui se dit sur vous : est-ce possible ?  
Mettre en place une veille active, analyser, engager la conversation.  
Comment utiliser son droit de réponse.  
Comment "noyer" les retours négatifs.  
L'impact sur votre "réputation Google".

## Etude de cas

# Méthodes, moyens et suivi

## Méthodes pédagogiques et moyens techniques

Zoom sur les réseaux professionnels.  
Outillage pour la veille et l'analyse de son e-réputation.  
Conseils individualisés.  
Nombreux exemples et analyses.  
Ateliers pratiques.

## Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

## Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

## Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.

