

FORMATIONS

Catalogue 2017



Quand un métier bouge, la formation doit évoluer

Quelques convictions fortes pour accompagner votre transition numérique

Comme vous, chez Samsa.fr, nous nous adaptons en permanence aux évolutions numériques. Cela nous permet de répondre au mieux à vos besoins (qui évoluent très vite) en matière de formation, d'accompagnement et de conseil.

Comme vous, nous sommes plongés intégralement dans le bain numérique. Nous en expérimentons tous les jours les outils, les plateformes, les méthodes, les modes d'expression. C'est pour cela que nous sommes en phase avec les évolutions des technos et des usages.

Comme vous, chez Samsa.fr, notre expérience nous a appris à nous méfier des certitudes dans le domaine du numérique. En revanche, nous avons des convictions fortes qui structurent nos interventions auprès de nos clients.

Nous sommes convaincus que **la vidéo est en train de s'imposer** comme le langage principal du web et des réseaux sociaux. C'est pourquoi les formations vidéo mobile sont au coeur de notre offre aux côtés des autres formes d'écriture numérique.

Nous croyons être **plus intelligents et pertinents en réseau**, en multipliant les échanges plutôt qu'en travaillant seuls dans notre coin. C'est pourquoi nous échangeons en temps réel avec notre réseau d'experts et c'est pourquoi nous organisons les Rencontres francophones de la vidéo mobile qui rassemblent tous ceux qui expérimentent dans ce domaine.

Nous croyons à l'innovation, à l'expérimentation et au prototypage à l'ère numérique et pas aux solutions toutes faites. C'est pourquoi nous ne disons jamais non lorsqu'on nous sollicite pour des projets inédits et sur mesure.

Ces convictions nourrissent nos actions de formation et de conseil en France, en Belgique, en Suisse et sur le continent africain. Si vous les partagez, **n'hésitez pas à nous faire signe**.

Une dernière précision: nous travaillons en français, en anglais, en arabe, et parfois en chinois, en vietnamien ou en cambodgien.

Philippe Couve
Fondateur de Samsa.fr



- 4 | Filmer et monter une vidéo professionnelle avec un iPhone
- 5 | Filmer et monter une vidéo professionnelle avec un smartphone Android
- 6 | Tourner et monter une vidéo de qualité avec un iPhone (programme « clé en main » AFDAS)
- 7 | Tourner et monter une vidéo de qualité avec un Android (programme « clé en main » AFDAS)
- 8 | Intervenir en live vidéo sur les réseaux sociaux
- 9 | Informer et communiquer sur Snapchat
- 10 | Humour : jusqu'où peut on aller sur les réseaux sociaux?
- 11 | Prendre en main Facebook pour diffuser ses contenus
- 12 | Bien exploiter les statistiques de fréquentation dans sa rédaction web
- 13 | Manager bi-média
- 14 | Diaporama sonore : produire audio et photos pour raconter une histoire
- 15 | Réaliser une veille médias sur internet
- 16 | Construire une base de données pour une enquête
- 17 | Data scraping: piloter son ordinateur pour collecter des données à grande échelle sur le web
- 18 | Ecrire pour le web : rédiger plus vite et mieux avec le mind mapping
- 19 | Élaborer le design de produits éditoriaux grâce aux méthodes UX
- 20 | Je me lance sur Twitter (débutant)
- 21 | Je m'améliore sur Twitter (perfectionnement)
- 22 | Les réseaux sociaux pour les collectivités territoriales, les institutions publiques et les associations
- 23 | Cursus compétence web (niveau débutant)
- 24 | Cursus compétence web (niveau confirmé)
- 25 | Cursus compétence web (niveau expert)
- 26 | Qui sommes-nous ?
- 27 | Nos formateurs

Filmer et monter une vidéo professionnelle avec un iPhone



Vous êtes

Journaliste, communicant ou producteur de contenus numériques

A l'issue de la formation, vous pourrez

Filmer des séquences vidéo en reportage (interviews, plans fixes, plans séquence, timelapse, etc)
Réaliser un montage sur iPhone/iPad
Ajouter des titres/textes/habillages sur les vidéos
Mettre en ligne les vidéos sur le web ou les réseaux sociaux
Prendre des photos professionnelles et les mettre en ligne avec iPhone/iPad
Gérer la plupart des réglages de votre iPhone/iPad pour en tirer le meilleur parti (notamment ceux qui permettent d'économiser la batterie)

Matériel nécessaire

Cette formation s'adresse à des possesseurs et utilisateurs de smartphones à partir du modèle iPhone 5.

Les dates

- 13 et 14 mars 2017 à Paris
- 15 et 16 mai 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/villes ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1

L'environnement iOS, les applis, l'AppStore
Vérifications techniques (mises à jour, etc)

Photo: techniques pour faire de bonnes images avec l'iPhone

Photo: les applis qui permettent d'aller plus loin (Camera+, Instagram)

Audio: la prise de son avec l'iPhone

Vidéo: techniques pour réaliser de bonnes images avec l'iPhone

Vidéo: cadrages, valeurs de plan et mouvements de caméra

JOUR 2

Vidéo: réaliser de bonnes interviews avec l'iPhone (cadre et audio)

Vidéo: réaliser un montage simple et mettre sa vidéo en ligne

Vidéo: trouver des angles originaux avec l'iPhone

Vidéo: tourner en timelapse avec l'iPhone

Vidéo: tourner en slowmotion avec l'iPhone

Vidéo: tourner, monter et mettre en ligne un reportage élaboré



Tarifs 990 € HT (soit 1188 € TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants : 8 personnes maximum
Prévoir un budget additionnel d'environ 20 € pour installer des applications payantes sur iPhone/iPad.

Filmer et monter une vidéo professionnelle avec un smartphone Android



Vous êtes

Journaliste, communicant ou producteur de contenus numériques

A l'issue de la formation, vous pourrez

Filmer des séquences vidéo en reportage, réaliser un montage simple sur Android et les mettre en ligne



smartphone offert à chaque participant

Prendre des photos professionnelles et les mettre en ligne depuis le smartphone
Connaître les accessoires qui permettent d'accroître les capacités du smartphone
Gérer la plupart des réglages de votre Android et notamment ceux qui permettent d'économiser la batterie

Matériel nécessaire

Cette formation s'adresse à des possesseurs et utilisateurs de smartphones Android.

Programme

JOUR 1

L'environnement Android, les applis, le Play store
Vérifications techniques (mises à jour, etc)

Configurer son smartphone pour économiser la batterie

Photo: techniques pour faire de bonnes images avec son smartphone

Photo: les applis qui permettent d'aller plus loin

Photo: les corrections/retouches d'image

Vidéo: techniques pour réaliser de bonnes images avec son smartphone

Vidéo: cadrages, valeurs de plan et mouvements de caméra

JOUR 2

Vidéo: réaliser de bonnes interviews avec son smartphone (cadre et audio)

Vidéo: réaliser un montage simple et mettre sa vidéo en ligne

Vidéo: trouver des angles originaux avec son smartphone

Vidéo: tourner en timelapse

Vidéo: tourner en slowmotion

Vidéo: tourner, monter et mettre en ligne un reportage élaboré

Les dates

- 6 et 7 février 2017 à Bordeaux

Tarif préférentiel pour les membres du Club de la presse

- 30 et 31 mars 2017 à Paris

- 1er et 2 juin 2017 à Paris

Nous contacter pour d'autres dates/villes ou des formations spécifiques pour votre entreprise.

Tarifs 990 € HT (soit 1188 € TTC)

Durée: 2 jours (14 heures)

Participants : 8 personnes maximum

Prévoir un budget additionnel d'environ 20 € pour installer des applications payantes sur Android.

Tourner et monter une vidéo de qualité avec un iPhone avec le programme «clé en main» AFDAS



Vous êtes

Journaliste (titulaire comme pigiste), communicant, auteur, intermittent, responsable marketing, formateur, producteur de contenus numériques.

Qu'est ce que l'offre « clé en main » ?

Le programme « clé en main » est une offre de formation transversale ouverte aux entreprises et salariés qui relèvent de l'Afdas.

Chaque formation dure 21h, dont 14h en présentiel et 7h à distance. Elles sont organisées dans 9 villes de France (et d'autres à la demande), en inter-entreprises ou en intra-entreprise.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Prendre et retoucher des photos avec un iPhone;
Tourner des plans vidéo fixes et en mouvement;
Monter des vidéos sur un iPhone;
Enrichir le montage vidéo par un commentaire et des textes incrustés;
Réaliser des reportages en extérieur ou intérieur, des interviews, des mini-tutoriels ou vidéos pédagogiques.

Matériel nécessaire

Cette formation s'adresse à des possesseurs et utilisateurs de smartphones, à partir du modèle iPhone 5.

Les dates

Paris : 13 et 14 mars 2017
Skype 1 et 2 : 27 février et 6 mars
Strasbourg : 13 et 14 mars 2017
Skype 1 et 2 : 27 février et 6 mars
Paris : 15 et 16 mai 2017
Skype 1 et 2 : 02 et 09 mai 2017

Programme

Conférence skype n°1 (1h)

Introduction: la révolution smartphone
Configurer son smartphone pour économiser la batterie
Prise en main de l'appareil-photo du smartphone
Les règles du cadrage et de la composition en photo
Exercices à réaliser pour la session suivant

Production autonome (2h30)

Mise en pratique dans le respect des consignes explicitées par le formateur

Conférence sur skype n° 2 (1h)

Retour sur les images produites après le 1er Skype
Publier des photos sur le web (Camera +)
La publication d'image sur Instagram
Introduction vidéo: la check-list
Les valeurs de plan
Présentation du fonctionnement de l'appli Filmic Pro
La méthode des 5 plans
Exercices à réaliser pour la session suivante

Production autonome (2h30)

Mise en pratique dans le respect des consignes explicitées par le formateur

Journée de formation en présentiel n°1 (7h)

Retour sur les images produites après le second Skype-
Le matériel et les accessoires pour le tournage
Rappel des valeurs de plan et de la méthode des 5 plans
Tournage d'interview avec micro-cravate
Tournage de différentes valeurs de plan et de plans complémentaires en vue du montage
Retour critique sur les images produites

Journée de formation en présentiel n°2 (7h)

Les principes du montage et l'appli iMovie
Montage de la vidéo dont les plans ont été tournés dans la matinée
Enregistrement voix off / Plateau en situation
Ajout de texte sur les images
Publication de la vidéo sur le web et les réseaux sociaux
Rappel des points essentiels de la formation et debriefing avec les stagiaires

Tourner et monter une vidéo de qualité avec un Android avec le programme «clé en main» AFDAS



Vous êtes

Journaliste (titulaire comme pigiste), communicant, auteur, intermittent, responsable marketing, formateur, producteur de contenus numériques.

Objectifs

Prendre et retoucher des photos avec un smartphone Android;
Tourner des plans vidéos fixes et en mouvement avec un smartphone Android;
Monter des vidéos sur un smartphone Android;
Enrichir le montage vidéo par un commentaire et des textes incrustés;
Réaliser des reportages en extérieur ou intérieur, des interviews, des mini-tutoriels ou vidéos pédagogiques.

Matériel nécessaire

Cette formation s'adresse à des possesseurs et utilisateurs de smartphones Android.

Les dates

Paris : 30 et 31 mars 2017
Paris: 1er et 2 juin 2017
Skype 1 et 2 : 16 et 23 mars
Skype 2 et 2 : 18 et 24 mai

Programme

Conférence skype n°1 (1h)

Introduction: la révolution smartphone
Configurer son smartphone pour économiser la batterie
Prise en main de l'appareil-photo du smartphone
Les règles du cadrage et de la composition en photo
Exercices à réaliser pour la session suivante

Production autonome (2h30)

Mise en pratique dans le respect des consignes explicitées par le formateur

Conférence sur skype n°2 (1h)

Retour sur les images produites après le 1er Skype

Le traitement des images pour une publication sur le web

La publication d'images sur Instagram

Introduction vidéo: la check-list

Les valeurs de plan

Présentation du fonctionnement de l'appli Filmic Pro

La méthode des 5 plans

Exercices à réaliser pour la session suivante

Production autonome (2h30)

Mise en pratique dans le respect des consignes explicitées par le formateur

Journée de formation en présentiel n°1 (7h)

Retour sur les images produites après le second Skype

Le matériel et les accessoires pour le tournage

Rappel des valeurs de plan et de la méthode des 5 plans

Tournage d'interview avec micro-cravate

Tournage de différentes valeurs de plan et de plans complémentaires en vue du montage

Retour critique sur les images produites

Journée de formation en présentiel n°2 (7h)

Les principes du montage et l'appli Kinemaster

Montage de la vidéo dont les plans ont été tournés dans la matinée

Enregistrement voix off / Plateau en situation

Ajout de texte sur les images

Publication de la vidéo sur le web et les réseaux sociaux

Rappel des points essentiels de la formation et debriefing avec les stagiaires

Tarifs: Nous contacter

Durée: 3 jours (21 heures)

Participants: 8 personnes maximum



Vous êtes

Journaliste, communicant, producteur d'images pour une ONG, une institution ou une association.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Filmer proprement une vidéo retransmise en live
Commenter des images de reportage diffusées en direct
Interagir avec vos internautes avant et pendant le live
Connaître le cadre juridique qui régit la diffusion de vidéo en live

Méthode pédagogique

Cette formation sera constituée de retours d'expérience en média et hors média afin de montrer la diversité des situations de direct. Des exercices pratiques seront ensuite proposés sur les différents services de live.

L'avocat Fabrice Lorvo, spécialisé dans le droit des médias et chroniqueur sur France Culture, interviendra dans la formation pour répondre aux questions juridiques qui se posent.

Théorie: environ 30%. Exercices pratiques: environ 70%.

Matériel nécessaire

Un smartphone, et si possible une batterie de rechange, une perche à selfie et sa pince.

Les dates

28 mars 2017 à Paris

Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

Matin

Enjeux et intérêts de la diffusion de contenus en live sur les réseaux sociaux

Les différents services pour diffuser en live : Facebook Live, Periscope, Youtube Live, LiveStream, LiveU

Filmer proprement sur le terrain : cadrage et prise du son avec un smartphone

Diffuser en live depuis un ordinateur

La préparation du live : choix de l'angle, travail en amont sur le fond pour maîtriser le contexte, annonce sur les réseaux sociaux

Commenter des images diffusées en direct

Exercices sur différents réseaux sociaux

Après-midi

Gérer les interactions avec le public pendant le live

Droit à l'image et protection de la vie privée

Déontologie : doit-on tout filmer, tout montrer ?

Droits d'auteur et de diffusion

Précautions particulières pour les images choquantes

Précautions de sécurité pour la personne sur le terrain

Faire vivre le live après sa diffusion

Tarif: 490 euros HT (soit 588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Vous êtes

Journaliste, communicant, community manager, responsable marketing

Snapchat est l'application préférée des 15-25 ans. « Discover » de Snapchat s'est ouvert aux médias français, un an après son lancement aux Etats-Unis. Mais les médias n'ont pas attendu Discover pour se lancer dans les « stories ». Sur Snapchat, le message se délivre en 10 secondes, en photo, vidéo, texte, filtres, emojis... Raconter des histoires, informer le public et communiquer via cette application oblige à penser mobile et vertical. Et à réinventer son écriture.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Connaître les bonnes pratiques pour s'exprimer en « snaps »
Créer des stories respectant l'identité de votre marque
Vous adresser à un public jeune avec le ton et les codes appropriés

Méthode pédagogique

Cette formation passera en revue les productions de différents médias et des marques francophones et anglophones qui publient des stories et des contenus dans Discover. Des exercices seront proposés tout au long de la journée, de la création de compte à la production de contenus photos et vidéos.

Théorie: environ 50%.

Exercices pratiques: environ 50%.

Les dates

29 mars 2017 à Paris

28 juin 2017 à Paris

Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

Les enjeux de Snapchat auprès du jeune public

Les différentes fonctionnalités de l'application

Panorama des productions médias et institutionnelles

Les secrets d'une bonne story

Focus sur Discover, l'onglet réservé à quelques médias

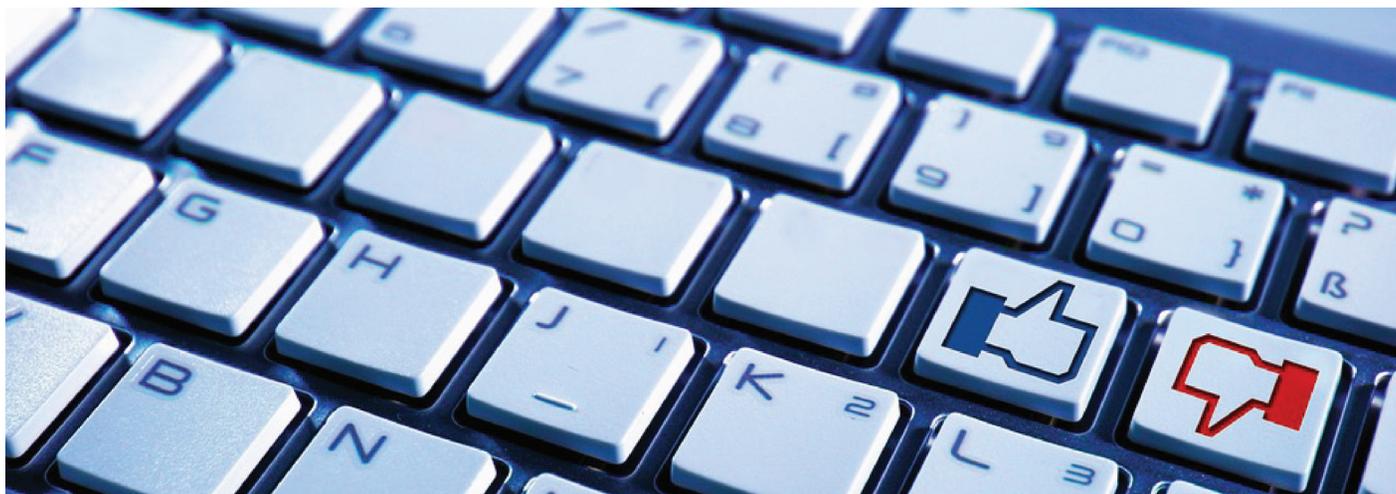
Les bonnes pratiques pour les journalistes et les communicants

Couvrir un événement avec Snapchat

Les pistes de monétisation

Tarifs: 490 euros HT (soit 588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Humour : jusqu'ou peut on aller sur les réseaux sociaux?



Vous êtes

Journaliste ou community manager, en charge de la relation avec votre audience sur les réseaux sociaux ou de la modération des commentaires sur votre site.

La gestion des réseaux sociaux, le community management, passe souvent par l'humour. Le moyen est efficace pour dédramatiser les situations, attirer la sympathie des internautes et maximiser son influence. Mais, avant d'endosser le costume du clown, encore faut-il savoir jusqu'ou on peut aller et connaître les différentes techniques que l'on peut mettre en oeuvre et se sentir à l'aise dans leur pratique.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Faire la distinction entre les différents types d'humour
Intervenir dans les discussions en ligne avec humour
Choisir la forme humoristique la plus appropriée à une situation
Connaître les limites à ne pas dépasser en fonction de la situation
Formuler des lignes de conduites à tenir dans la relation avec l'audience

Méthode pédagogique

Cette formation est orientée sur l'application pratique des théories présentées. Les séquences d'explication sont entrecoupées d'exemples et d'exercices ludiques de mise en oeuvre des techniques abordées. Théorie: environ 60%. Exercices pratiques: environ 40%.

Les dates

9 et 10 mars 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1

Humour, ironie, second degré : distinguer les types d'humour

Du gag au trait d'esprit en allant jusqu'au jeu de mot et à la parodie

Humour et culture web : de l'importance du lolcat et du Gif animé

Les techniques du jeu de mot : analogies, métaphores, détournements, allitérations, polysémie, calembours, zeugmes, mots-valises...

JOUR 2

Le rapport texte/image

L'humour en application

Exemples de bonnes pratiques

Jusqu'ou peut-on aller trop loin ?

Le risque du bad buzz

Atelier pratique de community management

Mises en situation

Tarifs: 990 euros HT (soit 1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Prendre en main Facebook pour diffuser ses contenus



Vous êtes

Journaliste, community manager, chargé(e) de communication

Facebook est un outil puissant pour diffuser des informations et interagir avec une audience. Au-delà de l'utilisation personnelle que nous pouvons avoir du réseau social, cette formation vous permettra de maîtriser les subtilités de Facebook. Vous apprendrez à publier, modérer, interagir mais aussi à faire de la veille et à gérer les paramètres de confidentialité pour garder la maîtrise de votre vie privée.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Publier des statuts, photos, vidéos sur Facebook
Connaître les paramètres de confidentialité pour ne pas mélanger usages personnel et professionnel
Trouver le bon ton pour animer une page communautaire

Pré-requis et matériel nécessaire

Être inscrit/e sur Facebook et avoir installé l'application Facebook sur son smartphone. Un smartphone est un plus (facultatif).

Les dates

20 mars 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

Introduction : la place grandissante de Facebook comme vecteur de diffusion

Présentation des avantages (mais aussi des limites et des contraintes) de Facebook, pour une entreprise ou pour un individu

Panorama des fonctionnalités de Facebook : publier un statut, commenter, partager...

Diffuser un live vidéo

Faire de la veille sur Facebook autour d'une thématique

Les bases de l'animation de communauté sur Facebook : quel ton adopter?

Exercices de publication sur une page fan

La question de la modération

Tarifs: 490 euros HT (soit 588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Bien exploiter les statistiques de fréquentation dans sa rédaction web



Vous êtes

Journaliste, rédacteur, producteur de contenus numériques, chef de projet éditorial, chef de projet marketing

Quels sont les contenus les plus populaires ? D'où viennent les utilisateurs ? Quel est le parcours type d'un utilisateur ? A quelle heure sont lus vos contenus ? Les outils de mesure de l'audience permettent de connaître le comportement des utilisateurs sur vos sites web et applications mobiles. Au cours de cette formation sur l'analytics, vous apprendrez les fondamentaux de l'analyse d'audience et comment exploiter ces statistiques au profit de vos contenus.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Comprendre et interpréter les indicateurs d'audience
Analyser et explorer vos stats de fréquentation
Fixer les objectifs à atteindre
Construire des tableaux de bord
Comprendre les possibilités et les limites des outils

Méthode pédagogique

La formation vise à fournir une compréhension globale des indicateurs d'audience web, mobiles et sociaux. La pratique se fera au travers de l'utilisation en direct des outils statistiques (notamment Google Analytics, Twitter Analytics et Facebook Page Insights) et au travers de micro-défis. Théorie: environ 70%. Exercices pratiques: environ 30%.

Les dates

22 et 23 juin 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1

La mesure d'audience sur un site
Présentation et enjeux
Les indicateurs principaux (et ce qu'ils veulent/peuvent réellement dire)
La consommation des contenus
Les sources et les pages d'entrées sur le site
La localisation et les terminaux des utilisateurs
Exploitation et analyses des données
Recueil des problèmes des participants
Comparaisons
Filtres
Segments
Rapports et tableaux de bord

JOUR 2

Mesure d'audience avancée
Le suivi d'audience mobile (site et applis)
Le suivi des réseaux sociaux
Le suivi des campagnes
Le suivi de la recherche sur le site
Les événements pour améliorer l'expérience éditoriale
Utiliser Excel
Stratégie de suivi d'audience
Créer un référentiel
Définir ses indicateurs
Organiser et enrichir la collecte des données
Le cycle mesurer/analyser/réagir
Questions/réponses et discussions des problèmes des participants

Tarifs: 990 euros HT (soit 1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Vous êtes

Chef de service, rédacteur/trice en chef, directeur/trice de la rédaction, directeur/trice de la publication, responsable éditorial.

Dans un univers de connexion quasi permanent, les usages mobiles et sociaux ne cessent de gagner du terrain, obligeant les médias à réinventer leur positionnement.

Pour s'adapter à cette nouvelle donne, les managers des équipes éditoriales doivent repenser leur métier dans un contexte parfois déstabilisant. Ce contexte requiert l'acquisition de nouvelles compétences, mais aussi de nouveaux réflexes professionnels, dans le respect des principes de qualité de l'information qui constituent l'ADN et la raison d'être de votre organisation.

A l'issue de la formation, vous pourrez

- densifier la production de contenus destinés aux nouveaux médias;
- connaître les leviers pour faire progresser l'audience web (fixe et mobile) de vos sites/applis;
- mieux adapter les contenus aux attentes et contraintes des audiences en ligne;
- créer les conditions d'un véritable management bi-média.

Méthode pédagogique

La formation repose sur des exercices pratiques basés sur la manipulation d'outils et des mises en situation. A l'issue des 2 premières journées de formation, les participants sont invités à imaginer un projet qu'ils mettront en oeuvre dans la période de 2 mois qui précède la 3e journée de formation.

Programme

PREMIERE SEQUENCE (2 JOURNEES)

- Outils de mesure de l'audience
- Lire les résultats d'audience
- Tirer des enseignements de l'étude des stats
- Exploiter la dimension participative de l'info
- Evaluation des résultats obtenus
- Outils et méthodes de traitement de actualité en live sur les sites d'info en ligne
- Le poids et les enjeux de la vidéo
- Les contenus à longue durée de vie (stock)
- Quand investir du temps dans la production de contenus à longue durée de vie?
- Travailler au quotidien avec sa communauté
- Temporalités et « devices »
- Heures de mise en ligne et formats
- Conférence de rédaction et organisation
- Comment arbitrer les priorités entre les exigences des différents médias (traditionnel et web/mobile/social) ?
- Mise en place des projets : les participants proposent de mettre en oeuvre un ou deux projets qui concernent les sujets abordés au cours de la formation dans l'intervalle de deux mois qui précède la 3e et dernière journée.

SECONDE SEQUENCE (1 JOURNEE)

- Restitution des enseignements des expériences conduites dans chaque rédaction
- Partage d'expérience
- Enrichissement par des exemples français et étrangers
- Approfondissement de la formation
- Retour et complément sur des points de la première séquence qui suscitent une demande de la part des participants

Tarifs: Cette formation est organisée à la demande, principalement en intra. Le tarif est établi selon caractéristiques spécifiques de la demande. Contactez-nous pour connaître les possibilités de financement fonction de votre situation.

Durée: 3 jours (21 heures)

Diaporama sonore : produire audio et photos pour raconter une histoire



Vous êtes

Journaliste, photographe, iconographe, preneur de son, vidéaste, monteur, en charge d'une médiathèque ou de la communication d'une institution.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Identifier les différentes possibilités narratives du diaporama sonore
Raconter une histoire en images et en sons
Produire des images en vue d'un diaporama (sonore ou non)
Enregistrer du son (interview, ambiance)
Monter l'audio avec le logiciel Reaper
Assembler audio et images pour créer le diaporama sonore avec le logiciel Soundslides ou un logiciel de montage vidéo (Final Cut, Première)
Habiller le diaporama (panneaux texte, légendes, crédit)
Valoriser un diaporama sonore sur le web, les réseaux sociaux et lors d'événements

Matériel nécessaire

Les participants sont invités à venir avec leur propre matériel (celui sur lequel ils vont travailler à la suite de la formation), à savoir un appareil photo et un enregistreur numérique de type Edirol, Zoom H4N ou Tascam. A défaut de matériel professionnel, un smartphone doté d'une application dictaphone et d'un micro sera déjà suffisant. Nous pouvons vous conseiller dans le choix de votre équipement. Les participants qui le souhaitent peuvent venir avec leur ordinateur portable personnel.

Les dates

18 et 19 mai 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1

Visionnage de différents diaporamas sonores
Typologie des réalisations
Analyse des enjeux narratifs et éditoriaux du format
Initiation au logiciel Soundslides qui permet d'assembler un diaporama sonore
Exercice de production d'un diaporama à partir d'une bande son et d'images fournies
Initiation à la prise de son et au montage audio avec le logiciel Reaper

JOUR 2

Les bases de la photographie
Prises de vue (ou recherche sur le web d'une série d'images en Creative Commons)
Retoucher rapidement ses images avec Pixlr
Réalisation d'un enregistrement sonore en lien avec la série d'images
Montage du son avec Reaper
Assemblage et habillage du diaporama sonore avec Soundslides

Tarifs: 990 euros HT (1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Vous êtes

Professionnel(le) de l'information en rédaction, responsable communication ou marketing, entrepreneur, salarié(e) d'une ONG, d'un organisme public ou privé.

Maîtriser et organiser votre recherche d'informations sur le web.

Les journalistes sont les premiers concernés par « l'infobésité », mais ils ne sont pas les seuls. Pour digérer les flux de l'information sur internet, appliquer une méthode de recherche et de suivi de l'actualité est aujourd'hui indispensable. Mieux: cette maîtrise constitue une valeur ajoutée professionnelle à part entière, dont l'enjeu est encore sous-estimé.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Mettre en oeuvre une méthodologie de recherche active
Organiser vos sources d'information
Utiliser les services et outils de collecte, d'analyse et de diffusion de la veille

Méthode pédagogique

La théorie s'intéresse à l'apport de la veille et à l'acquisition des techniques bases. Les exercices pratiques peuvent être effectués sur un choix de recherche personnel, utilisé tout au long du cycle de veille. Théorie : 60% / pratique : 40%.

Les dates

7 mars 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

Définir son champ de recherche
Se poser les bonnes questions
Identifier ses sources d'information
Réaliser son plan de recherche

Cartographier sa recherche
Quand surveiller des pages, créer une alerte ou s'abonner à un flux ?
Optimiser sa recherche sur Internet

Découvrir les différents moteurs de recherche
La recherche avancée sur les moteurs de recherche
Sémantique : comment parler à un moteur de recherche?
Utiliser les flux RSS

Découvrir le fonctionnement des flux RSS
Créer des flux RSS personnalisés
Découvrir les outils gratuits de collecte et d'analyse

Outils d'alertes
Lecteurs de flux
Diffuser sa veille
Présentation des outils pour automatiser sa newsletter
Créer une veille automatique et attractive
Mettre en place une veille collaborative (notions)
Les dates

Tarifs: 490 euros HT (588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Construire une base de données pour une enquête



Vous êtes

Professionnel de l'information en rédaction, en collectivité territoriale ou en ONG.

Ce qui peut être mesuré peut être changé!
Sans mesure, impossible de savoir si un phénomène augmente, diminue, s'aggrave ou disparaît. Pour mesurer, il faut des données. Et les données sont exploitables si elles sont organisées dans des bases de données. Mais avant de se lancer, il faut développer une méthodologie à la fois solide et efficace et connaître les bases des statistiques.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Elaborer une méthodologie pour créer une base de données
Travailler efficacement pour remplir la base de données
Utiliser votre base de données pour sortir des scoops

Méthode pédagogique

De nombreux exemples permettent de prendre conscience de ce qu'il est possible de faire. Une revue d'exemples et une introduction aux statistiques donnent aux participants une boîte à outils pour se lancer.
Théorie: environ 90%. Exercices pratiques: environ 10%.

Les dates

Les prochaines dates de 2017 seront fixées bientôt.
Contactez-nous pour en savoir plus.

Programme

Exemples d'enquêtes avec bases de données (études de cas détaillées et commentées: Migrants Files, The wCounted, Bullet Points, Traffic Deaths, etc)

Que mesurer? Comment bien choisir les dimensions que l'on mesure ?

Les bases de Google spreadsheets (tableur): les cellules, les types de données, les fonctions, les tableaux croisés dynamiques

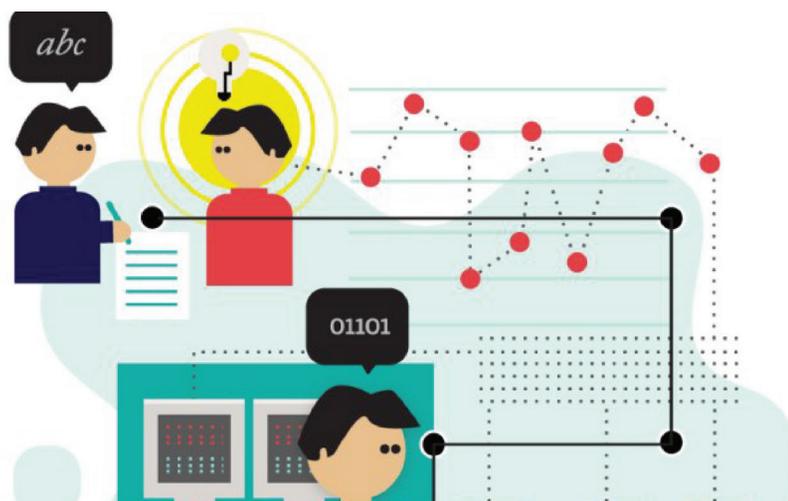
Mettre en place une veille efficace

Exploiter le contenu de sa base de données grâce aux visualisations

Connaître les limites de ses données en utilisant les statistiques

Tarifs: 490 euros HT (588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Data scraping: piloter son ordinateur pour collecter des données à grande échelle sur le web



Vous êtes

Professionnel de l'information en rédaction, ONG, organisme public ou privé

Le scraping permet de récolter sans effort des masses considérables de données sur le web. Avec quelques notions de programmation et des connaissances de base sur l'architecture d'Internet, vous pourrez créer rapidement des robots qui travailleront sans relâche pour vous.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Programmer sur votre ordinateur un robot simple pour faire du web scraping et collecter automatiquement des données en ligne

Matériel nécessaire

Vous pouvez apporter votre ordinateur, c'est mieux pour installer tout ce qu'il faut dessus. Veillez à avoir les droits d'administration sur votre machine. Si vous n'en avez pas, on vous en fournira un pour la formation.

Les dates

Les prochaines dates de 2017 seront fixées bientôt. Contactez-nous pour en savoir plus.

Programme

JOUR 1

Qu'est-ce que le scraping? Définition du scraping et de ses différents niveaux de difficulté sur plusieurs supports (depuis le web, depuis du papier, depuis des PDF). Exemples de projets réalisés grâce au scraping : passage en revue d'utilisation du scraping dans des projets pour bien comprendre l'intérêt d'une telle pratique ainsi que ses limites. L'environnement légal : dans chaque pays et sur chaque

site internet, le scraping s'inscrit dans un cadre légal différent. Découverte de ce qu'il est autorisé de scraper et de ce qui ne l'est pas.

L'architecture d'internet : pour scraper des sites, il faut avant tout savoir comment Internet fonctionne.

Qu'est ce qu'un « client » ? Qu'est qu'un « serveur » ? Pourquoi est-ce important ?

Sur Internet, les échanges utilisent HTTP et HTML.

Comment impactent-ils nos scrapers ?

Sur Internet, certaines données sont déjà structurées.

Comment les utiliser au travers d'APIs ?

Comprendre comment fonctionne le HTML pour mieux extraire des informations. Qu'est qu'une balise HTML ?

Un attribut ? Comme identifier certains éléments avec une CLASS ou un ID ?

Initiation au Python, le langage le plus répandu pour coder un scraper : les fichiers, les variables, l'affichage d'information, les conditions et les boucles

Utiliser des fonctions et manipuler des CSVs pour lire et enregistrer des données

Le langage Python offre certains outils spécifiquement dédiés au scraping : BeautifulSoup – pour automatiser les opérations les plus courantes – ou bien CSS Select – pour mieux cibler les éléments à extraire.

JOUR 2

Un scraper simple (requêtes GET, pages séquencées)
Identifier la stratégie à adopter pour naviguer sur le site
Coder le scraper

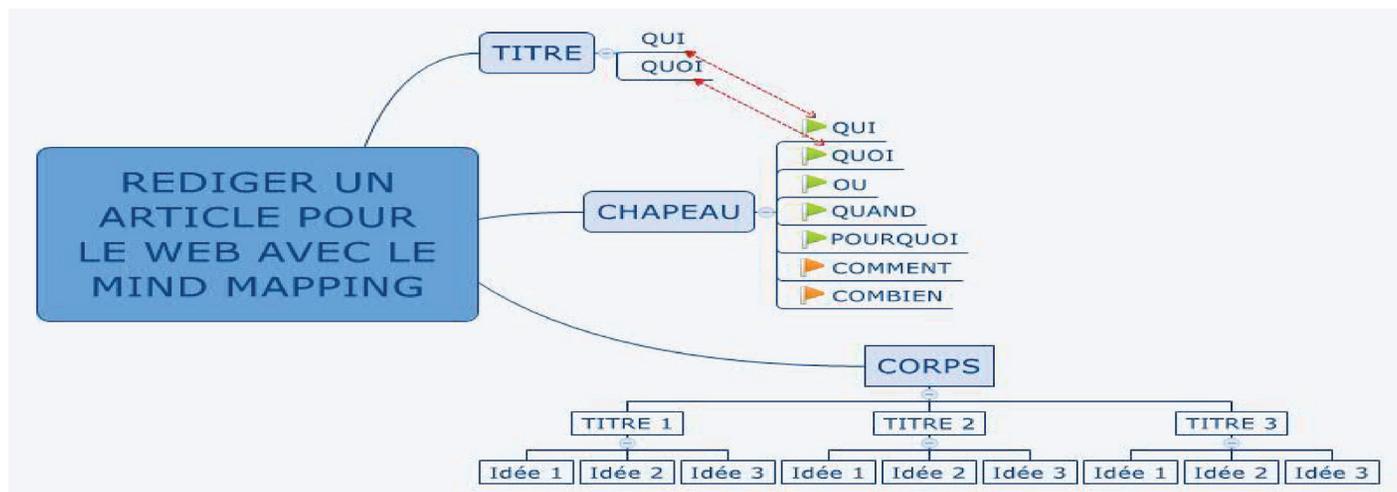
Un scraper complexe : envoyer des données à un site Internet pour obtenir des résultats plus complexes
Qu'est ce qu'une requête POST et une requête GET ?

Parcourir un site pour trouver les données
Identifier la stratégie à adopter

Coder le scraper

Tarifs: 990 euros HT (1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Ecrire pour le web : rédiger plus vite et mieux avec le mind mapping



Vous êtes

Journaliste, blogueur, community manager, responsable communication, rédacteur web

Rédiger pour le web nécessite de revoir notre manière d'écrire pour intégrer plusieurs paramètres : nos lecteurs manquent de temps, vous devez leur faciliter la tâche; la lecture sur écran reste environ 30% moins rapide que sur papier; beaucoup de nos lecteurs arrivent sur votre site via Google, dont le moteur de recherche favorise les écrits structurés.

Le mind mapping va nous permettre d'organiser nos idées pour gagner en cohérence, en pertinence, en style. A l'issue de cette formation vous pourrez rédiger en totalité un article à partir de vos propres cartes mentales et ainsi gagner en efficacité.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Structurer vos idées
Bâtir des cartes mentales (ou cartes heuristiques, appelées encore mind maps)
Rédiger un article web de A à Z en mode mind mapping

Méthode pédagogique

Cette formation est basée sur la compréhension du fonctionnement du cerveau et de la mémoire. De nombreux exercices pratiques permettront aux stagiaires de gagner en efficacité. Théorie: environ 30%. Exercices pratiques: environ 70%.

Les dates

22 et 23 mai 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1 : Les différentes façons d'écrire et les avantages du mind mapping pour l'écriture web

Ecrire à la main versus écrire avec l'ordinateur
Comment le traitement de texte a changé notre façon d'écrire ?
La rédaction structurée (Pyramide de Minto, Message Map)
La rédaction en mode plan (Scrivener)
La rédaction arborescente (Mind mapping)
Rappel sur l'écriture web
Qu'est ce que le mind mapping ?
Comment construire une carte mentale ?
Quels sont les bénéfices du mind mapping pour rédiger pour le web ?

JOUR 2 : Organiser ses idées, son plan et rédiger un article web

Lancer un remue-méninges
Diverger puis converger
Faire le tour du sujet avec un
Utiliser un modèle de plan
Construire votre propre plan
Ajouter des ressources
Organiser la structure
Rédiger (/branches, /notes)
Exporter la carte dans un traitement de texte
Les différents logiciels de mind mapping pour écrire
Corriger l'orthographe et la grammaire dans un logiciel de traitement de texte
Réaliser les jonctions de paragraphes
Se relire efficacement

Tarifs: 990 euros HT (1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Élaborer le design de produits éditoriaux grâce aux méthodes UX



Vous êtes

Journaliste, rédacteur, graphiste, développeur, producteur de contenus numériques, chef de projet éditorial, chef de projet marketing.

Dans la bataille pour capter et retenir l'attention des internautes, aucun contenu ne peut exister sans être servi par une interface efficace sur le web fixe ou sur mobile. Trop souvent négligées ou déléguées à des prestataires extérieurs, les phases de conception UX (« user expérience » ou « expérience utilisateur », en français) ont pourtant un impact important sur la diffusion des contenus. Les médias, les collectivités territoriales, les associations ou ONG et toutes les entreprises qui doivent toucher une audience sont mises au défi de se concentrer sur les utilisateurs et leurs besoins.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Concevoir des produits éditoriaux utiles, ergonomiques et attrayants
Identifier les utilisateurs d'un produit/service
Anticiper les besoins et les contextes d'utilisation
Créer des wireframes pour mobiles, tablettes et desktop
Valider vos hypothèses grâce aux tests utilisateurs et aux analytics
Collaborer avec les autres « métiers » : développement, design, marketing, ventes, etc.

Méthode pédagogique

Cette formation est proposée en partenariat avec l'agence UX de Dublin, Xwerx.

Les dates

6 et 7 juin 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1

Qu'est-ce que l'UX?
Les enjeux de l'UX dans les médias
Les méthodes du « design centré-utilisateur »
Identifier les problèmes (et les opportunités) côté média : l'audit ergonomique et l'analyse concurrentielle
Identifier les utilisateurs et leurs besoins : les scénarios et les personas
Définir des objectifs mesurables : les déclarations d'hypothèses et les indicateurs clés de performance
Représenter l'expérience : les storyboards et l'architecture de l'information

JOUR 2

Représenter l'interface: les grands principes ergonomiques, le design responsive, les wireframes et les prototypes
Tester vos prototypes : les différents tests utilisateurs
L'utilisation des analytics en UX
Maintenir et optimiser : la stratégie UX, les styleguides

Tarifs: 990 euros HT (1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Vous êtes

Journaliste, community manager, chargé(e) de communication.

Twitter est devenu un outil incontournable pour les journalistes et les communicants. Il permet de chercher des informations, faire de la veille et prendre la parole. Encore faut-il en connaître les codes pour se sentir à l'aise!

A l'issue de la formation, vous pourrez

Appréhender l'intérêt et le potentiel de Twitter dans votre contexte professionnel

Connaître les codes d'écriture et de partage propre à ce réseau social

Vous sentir à l'aise pour vous exprimer et partager des contenus

Méthode pédagogique

Après un panorama des chiffres clés de Twitter, la formation multipliera les exercices pratiques pour s'initier pas à pas. Théorie: environ 10%. Exercices pratiques: environ 90%.

Matériel nécessaire

Un smartphone est un plus (avec l'application Twitter gratuite installée dessus).

Les dates

21 mars 2017

Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

Les enjeux de Twitter pour les rédactions, les marques, les communicants et les journalistes

Les chiffres clés de Twitter

La création d'un compte pas à pas : le pseudo, la photo, la biographie

Initiation aux codes de langage spécifiques à Twitter

La recherche d'utilisateurs et d'informations sur Twitter
L'interaction avec d'autres utilisateurs

La rédaction de tweets avec des liens, des images et des vidéos

Tarifs: 490 euros HT (588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Vous êtes

Journaliste, community manager, chargé(e) de communication, producteur(trice) de contenu.

Dernière l'apparence simple du réseau social aux 140 caractères, se nichent des ressources innombrables. On y trouve des sources ou des contacts. On y développe une relation privilégiée avec les membres influents de sa communauté. Mettre en place une veille efficace sur Twitter est un atout sérieux. Connaître les techniques de community management est l'une des clés du réseau.

A l'issue de la formation, vous pourrez

- Exercer une veille d'information et effectuer des recherches poussées sur Twitter
- Construire une communauté et interagir avec elle
- Définir une stratégie éditoriale de publication
- Maîtriser les outils qui permettent de tweeter plus efficacement
- Savoir réaliser un live-tweet

Méthode pédagogique

Après un rappel des fonctionnalités de Twitter, la formation multipliera les exercices pratiques pour gagner en agilité. Théorie: environ 10%. Exercices pratiques: environ 90%.

Matériel nécessaire

Un smartphone est un plus (surtout si les applications gratuites Twitter, Pocket, Buffer et Nuzzel sont installées dessus).

Les dates

22 mars 2017
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

- Rappel des fonctionnalités de Twitter
- Analyse des pratiques éditoriales marquantes parmi les médias et les marques
- Réflexion sur la stratégie éditoriale à adopter dans son entreprise
- Mise en place d'une veille efficace avec Tweetdeck
- Exercices de recherche poussée
- Simulation d'un live-tweet
- Gagner en efficacité avec Nuzzel, Pocket et Buffer

Tarifs: 490 euros HT (588 euros TTC)
Durée: 1 jour (7 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Les réseaux sociaux pour les collectivités territoriales, les institutions publiques et les associations



Vous êtes

Chargé(e) de communication, attaché(e) de presse et relations publiques, chef de projet, chargé(e) de mission, collaborateur(trice) d'élue(e).

Comment prendre en main les réseaux sociaux, adopter le bon ton et utiliser les bons outils pour y déployer la présence de sa collectivité territoriale, de son institution publique ou de son association. Sur Facebook, Instagram ou Twitter, pour valoriser son action, toucher de nouveaux publics et faire grandir ses communautés, il est nécessaire de trouver d'élaborer de nouveaux dispositifs de communication en respectant la culture de son organisation.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Publier sur les principaux réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram) de manière professionnelle
Convaincre vos interlocuteurs de l'importance des réseaux sociaux
Analyser vos performances et établir des bilans Définir et appliquer des stratégies social media
Innover sur les réseaux sociaux

Matériel nécessaire et pré-requis

Les participant(e)s doivent être inscrit(e)s sur Facebook et Twitter, et avoir installé les deux applications correspondantes sur leur smartphone. Le smartphone est facultatif pour la formation, mais sera le bienvenu.

Les dates

16 et 17 mars 2017 à Paris

15 et 16 juin 2017 à Paris

Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1 : Publier sur les réseaux sociaux

Établir les principales étapes de la création d'une stratégie social media : de la définition des objectifs à la ligne éditoriale
Intégrer intelligemment les réseaux sociaux dans un plan de communication
Développer sa communauté sur Facebook
Publier sur Twitter
Utiliser Instagram
Maîtriser la boîte à outil du community manager : Tweetdeck, Hootsuite, Ifttt, Buffer

JOUR 2 : Gérer la conversation, faire de la veille et assurer le reporting

Comprendre les règles du jeu des interactions virtuelles : transparence, réactivité, échanges
Professionnaliser sa veille grâce aux réseaux sociaux
Analyser ses performances : comprendre les statistiques de Facebook, Twitter et Instagram
Présenter le reporting : créer des bilans pour l'interne et pour l'externe
Travailler à être vu : créer une campagne publicitaire sur Facebook ou Twitter

Tarifs: 990 euros HT (1188 euros TTC)
Durée: 2 jours (14 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Cycle de formations 5 jours

Vous êtes

Journaliste ou producteur de contenu numérique

Le web n'est plus une option pour les journalistes et les producteurs de contenus. Mais valoriser son savoir-faire et son expérience dans le monde numérique n'est pas évident. Cette formation vous donne les clefs de l'univers du web et vous fournit les outils de base pour y évoluer professionnellement.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Comprendre la dynamique des évolutions en cours dans le monde des médias en ligne
Rédiger des articles en respectant les fondamentaux de l'écriture web
Utiliser internet de manière professionnelle pour mettre en place une veille d'information efficace
Utiliser Twitter professionnellement
Utiliser quelques outils essentiels du web pour enrichir votre travail

Les dates

20 au 24 mars 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1 – CULTURE NUMÉRIQUE

Les réseaux sociaux
L'identité numérique
Enjeux de sécurité
Le mobile révolutionne usages et contenus
Les formats éditoriaux innovants (récit immersif, data journalisme, webdocumentaire)
Le live : outils et enjeux
Jeu de rôle pour susciter la création de nouveaux formats
Les modèles économiques en ligne
Les nouveaux entrants et leurs méthodes

JOUR 2 – ÉCRIRE POUR LE WEB (NIVEAU 1)

Les modes de lecture à l'écran et leurs contraintes
Analyse de sites : les bonnes pratiques, les innovations
Le texte et l'enjeu du référencement
Connaître les internautes pour produire une information pertinente
Les genres rédactionnels du web
Les liens hypertextes : profondeur de l'information
L'enrichissement des articles
Travailler ses titres pour les réseaux sociaux

JOUR 3 – VEILLE ET VÉRIFICATION D'INFOS EN LIGNE

Le fonctionnement des moteurs de recherche
Utiliser les techniques de recherche avancée
Trouver des sources
Techniques de vérification de l'info en ligne
Techniques et outils de veille sur les réseaux sociaux
Outils de veille passive d'information

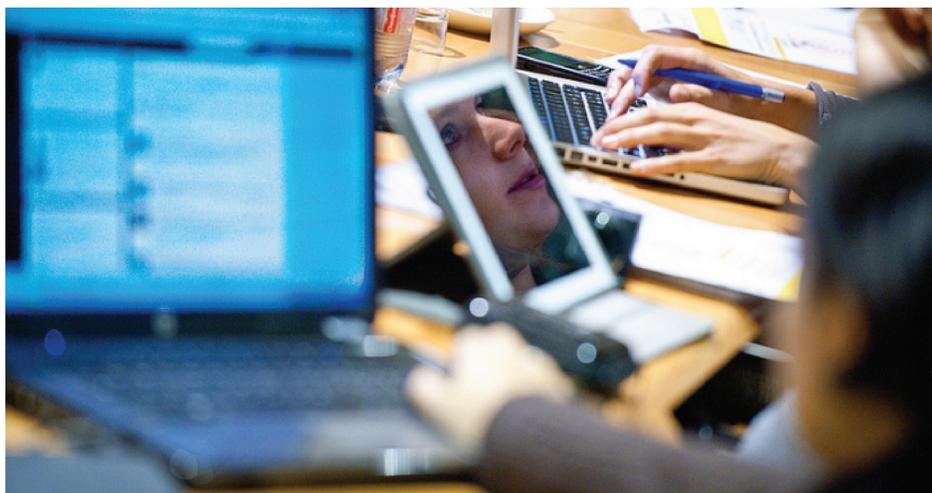
JOUR 4 – TWITTER POUR LES DÉBUTANTS

La place de Twitter dans les pratiques des journalistes
Créer et optimiser son compte Twitter
Suivre les bons comptes sur Twitter
Connaître le jargon Twitter
S'exprimer sur Twitter
Entrer dans une conversation sur Twitter
Éléments de base pour vérifier une info sur Twitter
Quelle responsabilité juridique ?

JOUR 5 – OUTILS DU WEB (NIVEAU 1)

Les cartes personnalisées
Les chronologies multimédia
Le live (le direct en ligne)
Intégrer des vidéos (et paramétrages)
Intégrer de l'audio
Photos et illustration interactives
Infographies simples

Tarifs: 2000 euros HT (2400 euros TTC)
Durée: 5 jours (35 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Cycle de
formations
5 jours

Vous êtes

Journaliste ou producteur de contenu numérique

Le web, dans ces usages fixes et mobiles, redessine l'univers de l'information et de la communication. Mettre à jour ses compétences et les faire évoluer pour tenir compte ces évolutions les plus récentes est une nécessité professionnelle. Cette formation vous permettra de franchir un nouveau cap.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Rédiger efficacement pour le web en tenant compte des exigences du référencement par Google et de celles des réseaux sociaux
Trouver, retravailler et publier des photos en respectant le droit d'auteur
Exploiter les réseaux sociaux pour collecter et vérifier des informations
Utiliser des outils du web qui optimisent votre travail et rendent vos créations plus interactives

Les dates

20 au 24 mars 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1 – RÉDIGER POUR LE WEB (NIVEAU 2)

Les bases de l'écriture web : structure des articles, mots-clés, titres
Les enrichissements multimédia : photos, vidéos, cartes, infographies
Les formats éditoriaux innovants : le live, l'article enrichi, le récit immersif, le data-journalisme, le webdocumentaire

JOUR 2 – MAÎTRISER LE RÉFÉRENCIEMENT

Comment fonctionne Google : historique du moteur de

recherche, les principaux critères de l'algorithme
Optimiser une page pour le référencement : critères techniques et éditoriaux
Rédiger pour le référencement
Le cas particulier de Google Actualités
Rôle et poids des réseaux sociaux dans le référencement

JOUR 3 – ICONOGRAPHIE POUR LE WEB

La recherche d'images en ligne : moteurs de recherche, sur les réseaux sociaux
Le droit des images : droit d'auteur, Creative Commons
Analyser les données techniques d'une photo : données EXIF, publications, retrouver l'auteur et le contacter
Recadrer/corriger les photos (avec Pixlr)

JOUR 4 – TRAVAILLER AVEC LES RESEAUX SOCIAUX

Faire de la veille sur les réseaux sociaux
Bien sourcer les infos présentes sur les réseaux sociaux
Vérification et recoupement des infos
Mettre en valeur ses contenus sur les réseaux sociaux
Alimenter la conversation
Exemples de communautés efficaces et actives
Respecter les principes fondamentaux : transparence, implication, partage, audience
Solliciter la communauté : appels à témoignages, compléments d'information
Créer du trafic

JOUR 5 – OUTILS DU WEB (NIVEAU 2)

Sauvegarder des infos simplement (et les partager)
Stockage de fichier/partage
Les « chats » texte et vidéo
Réaliser une interview vidéo à distance
Transcrire une interview
L'enrichissement des vidéos
Le travail collaboratif et les documents partagés

Tarifs: 2200 euros HT (2640 euros TTC)
Durée: 5 jours (35 heures)
Participants: 8 personnes maximum



Cycle de formations 5 jours

Vous êtes

Journaliste ou producteur de contenu numérique

Vous avez appris le métier de journaliste web (ou de producteur de contenu pour le web) sur le tas et vous cherchez maintenant à consolider vos acquis et vos compétences. Mais valoriser son savoir-faire et son expérience dans le monde numérique n'est pas évident. Cette formation vous donne toutes les clefs de l'univers du web éditorial et vous fournit les outils de base pour y évoluer professionnellement.

A l'issue de la formation, vous pourrez

Piloter une activité web éditoriale en tirant partie des meilleures pratiques relevées sur le web
Utiliser les techniques de base de la datavisualisation pour enrichir vos contenus et les rendre interactifs
Exploiter au mieux les formats vidéo du web
Identifier les avantages/inconvénients des nouveaux formats éditoriaux du web
Gérer des projets web en disposant des outils, méthodes et vocabulaire de base pour piloter une équipe pluridisciplinaire (éditorial + code + design)

Les dates

20 au 24 mars 2017 à Paris
Nous contacter pour d'autres dates/lieux ou des formations spécifiques pour votre entreprise

Programme

JOUR 1 – PENSER UN PROJET EDITORIAL

Les dernières évolutions éditoriales en ligne
La boîte à outils du journaliste web
Les temps de vie de l'information sur le web
L'optimisation des contenus pour le référencement et pour les réseaux sociaux
Traitement plurimédia de l'information
Développer l'interactivité

JOUR 2 – DATAVISUALISATION

Visualiser des données: pourquoi faire ?
Les sources de données
Trouver et vérifier les données
Produire ses propres données
La représentation des données
Rappels mathématiques et statistiques
Outils (Excel, Data wrapper, Infogr.am, Google)

JOUR 3 – EXPLOITER LA VIDEO POUR LE WEB

Les évolutions éditoriales du monde de la vidéo en ligne (nouveau, innovations et bonnes pratiques)
Recherche avancée de vidéos en ligne
Les formats éditoriaux de la vidéo en ligne
Enrichissement multimédia des vidéos en ligne
Les bases de la production de vidéo avec un smartphone (tourner et monter un reportage simple avec son smartphone)

JOUR 4 – GESTION DE PROJET WEB

Les acteurs d'un projet web
Rôle et compétences du chef de projet web
Les méthodes agiles
Les technologies web et les langages
Les applis mobiles
Design et UX (expérience utilisateur)
Les outils de gestion de projet web
Choisir et gérer ses prestataires

JOUR 5 – ENTRER DANS LE CODE

Introduction aux bases de données et big data
Les APIs
Le couple HTML/CSS
La programmation orientée objet (Javascript, Ruby, Python, Java)
Le métier de développeur

Tarifs: 2400 euros HT (2880 euros TTC)
Durée: 5 jours (35 heures)
Participants: 8 personnes maximum

Samsa.fr a été fondée en 2010 par Philippe Couve, journaliste expert en matière de stratégie éditoriale digitale.

Spécialisée dans l'accompagnement de la transition numérique, Samsa.fr accompagne les médias, les marques, mais aussi des ONG et des institutions culturelles.

Structure agile et connectée, Samsa.fr et ses 4 salariés sont au centre d'un écosystème de 40 experts basés sur 2 continents (Europe + Afrique).

Samsa.fr développe un savoir-faire reconnu par nos clients dans différents domaines:

- formation (organisme de formation agréé en France n°11 75 48299 75)
- conseil en organisation et innovations (éditoriales, technologiques et économiques)
- développement de projets médias

Samsa.fr intervient en France, en Europe, en Afrique et dans le monde arabe (nos missions depuis 2012).



Ils nous ont fait confiance

#medias

France Télévisions
RFI
France 24
Le Monde
Nouvelle République du Centre-Ouest
Charente libre
INA expert

#marques #entreprises

Orange
Crédit du Nord
Engie Cofely
La Poste
CNRS
Autodesk

Vorwerk
Mutualité française
CCI Rhône Alpes
SIG France

#collectivitésterritoriales

Centre national de la fonction publique territoriale
Ville de Lille
Rennes métropole
Département du Loiret

#Belgique

Le Soir
Fédération des télés locales de Belgique
Antenne Centre TV

IHECS

#ONG

Médecins sans frontières
Secours catholique

#mediadev

CFI médias
Reporters sans frontières
Organisation internationale de la Francophonie
Fondation Hironnelle
Mediaprod
CRTV

#culture

Mémorial de Caen



Philippe Couve
#Mojo #DéveloppementEditorial



Marianne Rigaux
#DiaporamaSonore #RSociaux



Cyrille Frank
#StratégieEditoriale #MKT



Elodie Vialle
#EcritureWeb #CultureNum



Raphaël Lizambard
#MoJo #Vidéo



Sébastien Bailly
#CommunityMgt #EcritureWeb



Charles-Henry Groult
#Mojo #VidéoLive



Pierre Romera
#DataJournalisme #Scraping



Noémie Buffault
#CommunityMgt #SocialMedia



Laurent Clause
#MoJo #vidéo #HighTech



Magali Philip
#RSociaux #Snapchat #Radio



Anthony Micallef
#Mojo #Vidéo #Photo



Denis Vannier
#MoJo #VidéoLive



Céline Boileau
#Veille #Curation



Nicolas Kayser-Bril
#DataJournalisme #Sécurité



Pascale Bonnamour
#RSociaux #EcritureWeb



Flavien Plouzenec
#UserExperience #Design



Xavier Delengaigne
#MindMapping #Ecriture



Yann Guégan
#NouvellesEcritures #DévMédia



Benjamin Lupu
#Statistiques #Analytics



Cédric Kalonji
#Afrique #Blog #Communautés

samsa . fr

nouveaux médias & transition numérique



Samsa.fr

Tél: +33 [0]7 61 45 60 25

E-mail: contact@samsa.fr

Site web: <http://www.samsa.fr>

 facebook.com/Samsa.fr/

 twitter.com/Samsafr

Bureaux: 82 avenue Denfert-Rochereau
75014 Paris FRANCE (bâtiment Robin, porte 13)
Adresse postale: 122 avenue du général Leclerc 75014 Paris FRANCE

Samsa.fr est un organisme de formation: 11 75 48299 75

SIRET: 529 392 516 00025

TVA intracommunautaire: FR 52 529 392 516