

COM  
&OZ

CITÉS PLUME

# Formation à la communication

CATALOGUE

**Qualiopi**   
processus certifié

 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

*La certification qualité a été délivrée au titre de la ou  
des catégories d'actions suivantes : actions de formation*

**Cités Plume** est une agence de communication à 360° — conseil, événement, concertation, production — spécialisée sur les problématiques des transitions écologiques et solidaires. **La formation est une prestation proposée prioritairement** à nos clients, pour les accompagner dans leur progression et leur autonomie au quotidien.

Interviennent des professionnels de la communication, salariés de l'agence, aux capacités de vulgarisation. Ils transmettent des connaissances (pour comprendre) et des pratiques (pour savoir faire concrètement). Il existe deux grands thèmes de formations : les **basiques** pour les communicant-es ; et les **capitales** pour celles et ceux dont la communication n'est pas le métier mais s'avère essentielle dans leurs missions.

Certifiés Qualiopi, **nous inscrivons nos pratiques dans un cadre de référence**, garantissant la qualité de nos prestations.

**Muriel Pernin,**  
Directrice fondatrice de Cités Plume

# **Nos formations**

**Pour qui, avec quels objectifs ?**

CITÉS PLUME

# Vous portez des enjeux de...

communication

entrepreneuriat

représentation

politique

conviction

commerciale

conseil

& ingénierie

management

# ... qui impliquent de maîtriser

## **Votre positionnement**

adapté à votre cible  
et à votre enjeu

## **Vos outils de communication**

accompagnant  
votre discours

## **Des méthodes communicantes**

valorisant votre démarche,  
votre métier et votre structure

## **Votre communication**

verbale et non verbale  
pour convaincre

# Concrètement, vous souhaitez...

1

**Optimiser  
vos compétences**  
en communication

**ET**

vous ne trouvez pas  
la formation adaptée  
à votre besoin

2

**Vous affirmer**  
dans votre rôle

**ET**

vous avez  
des problématiques  
individuelles  
et professionnelles  
spécifiques

3

**Valoriser**  
vos arguments  
[vos offres  
commerciales]

**ET**

vous ne savez pas  
par où commencer

4

**Vous améliorer**  
en présentation  
orale

**ET**

il vous faut  
une méthode  
et des conseils  
pour y arriver

# Une formation Cités Plume, c'est pour vous l'assurance de...

- 1** Bénéficier d'un projet de formation **qui vous correspond**
- 2** **Découvrir, recevoir, réviser, confirmer**  
les contenus dont vous avez besoin pour progresser
- 3** **Repartir avec la conviction** d'avoir avancé  
dans votre vision, dans votre projet, dans vos méthodes
- 4** **Être capable de remobiliser** les apprentissages  
dans votre quotidien, en autonomie

**Nos ateliers  
pédagogiques**

**Pendant les formations**

**CITÉS PLUME**

# Ateliers « stimuli »... pour comprendre



1

AVEC  
DES EXTRAITS DE FILM

2

AVEC  
DES PODCASTS COURTS

3

AVEC  
DES YOUTUBEUR·SES

# Ateliers « explo »... pour creuser



1

TOUR  
DE TABLE

2

QUESTION-RÉPONSE  
DU TAC AU TAC

3

APPROFONDIR  
EN 3 QUESTIONS

# Ateliers « cétoucom »... pour essayer



1

CAS CONCRET  
ÉTUDIÉ EN COLLECTIF

2

MISE EN SITUATION  
INDIVIDUELLE

3

JEU  
DE RÔLE

# **Nos formations basiques**

**Pour les communicant·es**

**CITÉS PLUME**

# 3 niveaux adaptés à votre besoin

découverte

Sensibilisez-vous  
aux bases d'un outil  
ou d'une pratique

**Pour débiter**

renforcement

Augmentez  
vos connaissances  
par des exercices concrets

**Pour confirmer**

consolidation

Développez  
vos compétences  
et votre expertise

**Pour approfondir**

---

# Chargé·e de communication

Explorer le métier de communicant·e  
dans toutes ses nuances

---

# Introduction au métier de communicant·e

## Objectifs opérationnels

- Comprendre l'environnement du métier
- Échanger avec les professionnel·les
- Affiner le poste

## Prérequis

- Avoir des missions et/ou occuper un poste en lien avec la communication

DÉCOUVERTE

8h

En 2 fois ou 3 fois

- Individuelle et/ou collective



et/ou



## Programme

1

### Comprendre les différents métiers de la communication - 2h30

- Écrire les attendus du poste de communicant·e.
- Appréhender les différents métiers : chargé·e de relations publiques, rédacteur·rice, développeur·se, etc.

2

### Comprendre les enjeux de l'entreprise - 2h30

- Analyser l'organisation générale de l'entreprise et sa communication.
- Identifier les besoins en communication immédiat et de long terme.
- Identifier les ressources nécessaires, disponibles ou indisponibles.

3

### Définir le poste de communicant·e en conséquence - 3h

- Formaliser les objectifs de communication au regard du développement de l'entreprise.
- Écrire la feuille de route.
- Construire le calendrier de déploiement.
- Définir les indicateurs de réussite.



# Les bons outils, les bons professionnels, la bonne communication

RENFORCEMENT

8h

En 2 fois ou 3 fois

• Individuelle et/ou collective



et/ou



## Objectifs opérationnels

- Mobiliser les bons outils
- Apprendre à externaliser
- Fédérer avec un bon process

## Prérequis

- Disposer d'une fiche de poste définissant les missions et les enjeux de communication

## Programme

- 1 Utiliser les bons outils - 2h30**
  - Savoir avec quels outils travailler en fonction des missions, des besoins et de la culture de l'entreprise.
- 2 Optimiser les modalités d'externalisation - 2h30**
  - Choisir le bon prestataire.
  - Formaliser les conditions de la prestation.
  - Analyser la performance dans un rapport coût-bénéfices.
- 3 Manager habilement - 3h** 
  - Apprendre à adapter la position, le discours, en fonction des différents interlocuteur-rices : supérieur-es (qui ont des objectifs), différents services internes (qui ont une attente ou qui sont une ressource), client-es, prestataires, presse, etc.

# Stratégie et plan de communication

## Objectifs opérationnels

- Concevoir une bonne stratégie de communication
- Avoir les clés pour déployer et suivre le plan de communication

## Prérequis

- Être familier avec les différentes ressources à disposition d'un·e communicant·e

## Programme

- 1 Maîtriser les objectifs d'une stratégie et d'un plan de communication - 2h30**
  - Comprendre les modalités d'élaboration.
  - Utiliser la bonne méthode permettant une bonne acceptation.
  - Justifier les choix opérés.
- 2 Suivre la réalisation des actions - 2h30** 
  - Définir un calendrier réaliste des actions.
  - Penser les priorités et l'organisation qui en découle.
  - Mettre en place des outils méthodologiques de suivi simples et efficaces.
  - Évaluer les actions et leur réalisation.
- 3 Élaborer le budget, le suivre et le tenir - 3h** 
  - Définir un budget ambitieux et réaliste.
  - Optimiser l'organisation pour être économe.
  - Gérer rigoureusement les dépenses et ne pas dépasser les prévisions.

## CONSOLIDATION

8h

En 2 fois ou 3 fois

- Individuelle et/ou collective



et/ou



---

# Création graphique

Appréhender & travailler  
les outils de base

---

# Introduction au graphisme

## Objectifs opérationnels

- Anticiper et définir les besoins d'une commande graphique
- Sécuriser l'environnement de travail

## Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

DÉCOUVERTE

6h

En 2 fois

- Individuelle et/ou collective



et/ou



## Programme

- 1 Comprendre la commande graphique et rédiger un brief graphique - 3h**
  - Établir une méthode de travail pour se préparer à recevoir la commande.
  - Définir et formaliser les attendus d'une création graphique : produire un résumé clair, avec le vocabulaire approprié.
- 2 S'inscrire dans une logique de production graphique - 3h**
  - Fixer un univers graphique, appréhender les codes de la communication visuelle.
  - Être en veille sur l'existant et les tendances.
  - Savoir quel logiciel utiliser pour quel usage.
  - Sécuriser l'environnement de travail et la conception du support.



# La prise en main des logiciels de création avec Adobe CC

RENFORCEMENT

## Objectifs opérationnels

- Apprivoiser les interfaces de Photoshop, Illustrator et InDesign
- Réaliser des retouches photo, des pictogrammes et une maquette basique

## Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

## Programme

- 1 Photoshop - 2h30** 
  - Découvrir les possibilités de création du logiciel.
  - Réaliser des retouches photo simples.
- 2 Illustrator - 2h30** 
  - Appréhender l'interface.
  - Créer des pictogrammes accessibles et des visualisations de données (graphiques, etc.).
- 3 InDesign - 2h30** 
  - Acquérir les bases de fonctionnement de l'outil.
  - Produire une maquette simple.

7h30

En 3 fois

- Individuelle et/ou collective



et/ou



# Logiciels de création pour aller plus loin

## Objectifs opérationnels

- Optimiser les usages d'Illustrator et d'Indesign
- Garantir la cohérence du support

## Prérequis

- Disposer d'une licence de la suite ADOBE CC

## CONSOLIDATION

5h

En 1 fois ou 2 fois

- Individuelle et/ou collective



et/ou



## Programme

### 1 Illustrator : passer du pictogramme à l'illustration - 2h30



- Incorporer des motifs et des dégradés.
- Créer une ou des illustration(s).

### 2 InDesign : passer d'une maquette basique à une maquette de professionnel - 2h30



- Optimiser la maîtrise du logiciel et de ses fonctionnalités.
- Réaliser une maquette structurée et cohérente.

# **Nos formations capitales**

**pour celles et ceux  
dont la communication n'est pas  
le métier, mais qui en ont besoin  
pour mener à bien leurs missions**

**CITÉS PLUME**

---

# Expression, oral, confiance

S'affirmer & préparer  
une bonne prise de parole

---

# Communiquer avec un diaporama

## Je passe en mode oral

3h

En 1 fois

• Individuelle et/ou collective



ou



### Objectifs opérationnels

- Comprendre la relation orateur·trice - auditoire
- Construire un support qui frappe les esprits
- Concevoir la diapo idéale

### Prérequis

- Avoir déjà réalisé un support de présentation

### Programme

- 1 Comment réaliser un bon support de présentation ?** 
  - Introduction en vidéo et échange.
- 2 Comment faire ? Les bons tuyaux ! Les coups de bâton !** 
  - En pratique : ce qui se fait et ce qui ne se fait surtout pas.
- 3 Avant-après : faire évoluer les productions en direct**
  - Des pistes d'évolution à partir des réalisations des participant·es.
- 4 Retour à la réalité**
  - Un test en vrai.
- 5 Échange** 
  - Quelques conseils en plus.

# Se sentir bien à l'oral

## Avoir confiance

### Objectifs opérationnels

- Comprendre les codes de l'expression orale
- Savoir se préparer : analyser en amont pour réagir au bon moment

### Prérequis

- Avoir déjà été au moins une fois en situation de s'exprimer à l'oral

### Programme

EN COLLECTIF - 2h45

#### 1 Que faut-il savoir avant de s'exprimer à l'oral ?

- Acquisition des connaissances élémentaires.

#### 2 Mon client et moi ?

- Trouver le bon terrain d'entente.

#### 3 Analyser pour progresser

- Les premiers pas pour convaincre.

#### 4 Échange à plusieurs

- Quelques conseils en plus.

EN INDIVIDUEL - 1h15

#### 5 Cas concret pour aller plus loin

- À partir d'une situation ordinaire de la vie professionnelle : présenter une étude, convaincre à une audition, etc.
- Analyse et points de progrès.

4h

En 2 fois

• Individuelle et collective



et/ou



# La bonne posture, les bons arguments, d'un·e chef·fe de projet

## Objectifs opérationnels

- Identifier les enjeux pour bien y répondre
- Décrypter les situations et les anticiper
- Connaître ses forces et les faire valoir
- Connaître ses faiblesses et les compenser

## Prérequis

- Occuper un poste de chef·fe de projet

## Programme

### 1 Entretien individuel de construction - 30 minutes

- Chaque participant·e reçoit un questionnaire.
- Les besoins exprimés en réponse aident à construire la formation.

### 2 Formation collective, principaux sujets - 3h30

- Préparer son intervention.
- Risques, opportunités, cadre, etc.
- Attitude, comportement habillage, âge, crédibilité, etc.
- Vocabulaire, se faire comprendre, s'adapter aux cibles.
- Porter le discours : renouvelable, éolien, etc.
- Faire avec les élu·es, les autorités, les groupes de pression, etc.

### 3 Entretien individuel de consolidation - 1h

- Analyse de ce qui s'est passé.
- Examen des forces et des faiblesses.
- Conseils personnalisés.



5h

En 2 fois ou 3 fois

• Individuelle et collective



et/ou



---

# Offres commerciales

Se démarquer  
par une communication à fort impact

---

# Offre différenciante

## Réfléchir, construire, gagner !

### Objectifs opérationnels

- Avoir de bons réflexes : enquêter, lire entre les lignes
- Remettre des offres bien construites répondant aux stricts enjeux du client
- Gagner en efficacité (temps, stress, coût) pour une meilleure force de frappe (synthétique, efficace, percutante...)
- Se différencier de la concurrence

### Prérequis

- Avoir déjà été au moins une fois en situation de construire une offre commerciale

### Programme

- 1 Comment s'y prendre ?**
  - Lire la consultation.
- 2 Comment analyser le contexte ?**
  - Le client, son enjeu, ses ambitions, ses faiblesses, ses partenaires.
- 3 Comment répondre ?**
  - Les forces, les faiblesses, les passages obligés, le scénario.
- 4 Comment valoriser le contenu ?**
  - Principales clés, les concurrents. Avant, après, à partir d'offres.
- 5 Tour de table final** 
  - Quelques conseils en plus.

Entre 8h et 16h

- Individuelle et/ou collective



et/ou



---

# Innovation sociale

Communiquer efficacement  
pour développer et faire vivre un projet

---

# Marketing et innovation sociale pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h

En 1 fois

• Collective



ou



## Objectifs opérationnels

- Comprendre les ressorts du marketing
- Appréhender l'image et l'identité d'une marque naissante
- Définir des arguments « différenciants »

## Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie marketing d'un projet d'innovation sociale

## Programme

### 1 Formation collective : les fondamentaux du marketing - 5h



- Le marketing, c'est quoi ?
- Marketing et innovation sociale : quelles valeurs ?
- Un nom, une base line : comment les créer ?
- Une identité cohérente :  
qu'est-ce qu'une identité de marque, quelle harmonie avec les valeurs ?

### 2 Tour de table final - 45 minutes

- Quelques conseils en plus.



# Communication et innovation sociale pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h

En 1 fois

• Collective



ou



## Objectifs opérationnels

- Comprendre la communication
- Construire les axes stratégiques
- Bien appréhender les cibles
- Imaginer un plan de communication, les outils indispensables, les moyens adaptés

## Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie communicationnelle d'un projet d'innovation sociale

## Programme

### 1 Formation collective : les fondamentaux de la communication- 5h

- La communication, c'est quoi ?
- Au cœur du message : valoriser l'innovation sociale dans le pitch.
- Les cibles.
- Les axes stratégiques.
- Plan de communication, les bons outils et les bonnes actions.
- Les moyens et les ressources.

### 2 Tout de table final - 45 minutes

- Quelques conseils en plus.

# Mix : marketing + communication pour les entrepreneur·es de l'ESS

6h

• Individuelle et/ou collective



et/ou



## Objectifs opérationnels

- Comprendre la différence entre marketing et communication et en mesurer les enjeux
- Consolider l'image et l'identité de la marque
- Avoir les clés pour bâtir la stratégie de communication

## Prérequis

- Avoir amorcé la réflexion sur la stratégie marketing et sur la stratégie communication d'un projet d'innovation sociale

## Programme

### 1 Introduction : Qui ? Quel projet ? - 15 minutes

- Chaque participant·e se présente...
- ...et fait apparaître ses questionnements.

### 2 Formation collective : les fondamentaux - 5h



- Compréhension de l'environnement marketing et communication aujourd'hui : comportements, habitudes, canaux, réseaux.
- Marketing et innovation sociale : pourquoi est-ce nécessaire ?
- Consolidation des éléments d'image et d'identité : nom, slogan, charte graphique, visuels...
- Communication et innovation sociale : avec quelle stratégie ?
- Les cibles et les messages : comment s'y prendre ?
- Avec quels outils, quelles actions, quels moyens ?

### 3 Tour de table final - 15 minutes

- Quelques conseils en plus.



---

# Réseaux sociaux

Manier son image numérique  
avec agilité et optimiser les opportunités

---

# LinkedIn : apprivoiser les codes pour optimiser son impact

## Objectifs opérationnels

- Énoncer une stratégie
- Booster l'impact des posts

## Prérequis

- Disposer d'un compte LinkedIn

## Programme

### 1 Un outil professionnel incontournable : infos clés pour l'apprivoiser

#### Comprendre

- LinkedIn, c'est quoi ?

#### Se positionner

- Compte entreprise : pour quoi faire ?
- Compte personnel : pour quoi faire ?
- Quelles interactions gagnantes ?

### 2 LinkedIn, mon réseau et moi : action !

#### Agir

- Comment définir sa ligne éditoriale perso/pro : style, calendrier, thèmes... ?
- Opter pour une communication engageante
- Quand publier ? Pour quel public ?

#### Interagir

- Comment construire et consolider son réseau ?
- Likes, partages, commentaires : quels engagements et interactions ?
- Hashtags, liens hypertextes... : quels outils de visibilité ?

2h

- Individuelle ou collective



ou



# L'équipe de formation

Des pro de la com

CITÉS PLUME

# L'équipe de formation aujourd'hui



## Muriel Pernin

**Formatrice**

**Directrice fondatrice de l'agence**

Reconnue pour ses qualités pédagogiques, son empathie avec les publics formés, ses méthodes « challengeantes » de mise en situation.



## Yannick Sauve

**Formateur**

**Graphiste**

Sur les modules de construction du propos graphique.  
Reconnu pour son accompagnement pratique.



## Pauline Buosi

**Référente administrative,  
pédagogique & handicap,  
chargée de communication**

Elle organise, accompagne la mise en œuvre, s'assure de l'évaluation et du suivi.

**Former**

**Le process qualité**

**CITÉS PLUME**

# Une qualité de process certifiée

**Organisme de formation certifié Qualiopi**, notre démarche s'inscrit dans une procédure qualité rigoureuse, depuis l'échange préparatoire avec le client jusqu'au questionnaire « à froid » transmis aux participants quelques mois après la formation.

## Les temps forts

1

### L'échange client préparatoire

[définition des besoins et des modalités techniques, pratiques et pédagogiques]

2

### L'avant formation

[Organisation administrative, premiers contacts avec les participant-es, confirmation des besoins par un questionnaire d'entrée et communication des informations essentielles (convocation)]

3

### La formation

[en visio ou en présentiel selon les modalités définies, un mélange d'apports théoriques, d'ateliers pédagogiques, de conseil et de challenge. Elle se conclue par un tour de table/feedback.]

4

### L'évaluation et le suivi

[questionnaires à chaud et à froid pour les participant-es, transmission d'un compte-rendu sur mesure et d'une enquête de satisfaction annuelle au client]

**Toujours**

**inclure !**

**CITÉS PLUME**

# Le handicap... jamais handicapant

1

## **L'égalité et la lutte contre les discriminations font partie des thématiques d'expertise de l'agence**

Nous faisons en sorte que nos formations soient accessibles à un maximum de personnes, quels que soient leur-s handicap-s. et spécificités individuelles.

2

## **Lors de notre échange préparatoire avec le ou la client·e**

Nous demandons systématiquement si un·e ou plusieurs participant·es a ou ont des besoins spécifiques à signaler. Nous anticipons les ajustements nécessaires.

# Le handicap... jamais handicapant

3

## En cas de handicap moteur !

Toutes nos formations sont disponibles en visioconférence. Sur place, comme nous délivrons les formations le plus souvent chez notre client·e, les espaces sont adaptés aux salarié·es, mais nous sommes toujours renseignés et préparés en amont sur la disposition et les équipements de la salle de formation.

4

## En cas de trouble de l'attention ou de trouble « dys »

Nous adaptons notre rythme et nos supports. Toute l'équipe est sensibilisée et formée au dispositif : Facile à lire et à comprendre (FALC).

# Autres formes de handicap

Qu'il soit visuel, auditif...  
nous nous adaptons,  
pour un traitement au cas par cas.

**Ces situations restent exceptionnelles**

# Accueillants et vigilants

Situation  
économique  
et culturelle

CSP

Genre

Origine

Introversion

Singularité  
individuelle

Âge

# Accueillants et vigilants

L'égalité va plus loin que la seule prise en compte des situations de handicap.

Chaque personne a son parcours, mais aussi son origine, son genre, sa CSP qui imprègnent son approche.

Nous prêtons une grande attention à ces situations particulières afin que chacun·e **se sente en confiance dans la formation et légitime dans ses questions.**

**Nous nous adaptons ainsi au profil de chaque participant·e.**

## À noter

**Aucune situation personnelle ne devrait être un obstacle dans un parcours individuel et professionnel**

- Pourtant, encore trop souvent, nous observons que certains publics en sont affectés, notamment dans leur capacité à s'affirmer.
- Nous identifions ces biais et nous cherchons à les déconstruire en direct auprès de nos participant·es.

**Bientôt disponible...**

CITÉS PLUME

# Nos formations à venir

## Formation basique Bien rédiger

- Structurer sa pensée pour écrire
- S'adapter aux différents formats : courts et longs
- Accrocher et faire mouche

## Formation capitale Concerter pour communiquer

- Construire sa communication avec ses équipes, les parties prenantes, un groupe test...

## Formation capitale Faire face aux fake news

- Comprendre les mécanismes, analyser et réagir

**Besoin de plus  
d'information**

**CITÉS PLUME**

# Modalités d'accès : suivez le guide !

## Commander une formation

**Prenez contact** avec notre référente pédagogique et handicap à l'adresse suivante :

[pauline.buosi@citesplume.fr](mailto:pauline.buosi@citesplume.fr)

### **Fournissez à ce moment-là :**

- le lieu souhaité,
- les modalités souhaitées (visio, présentiel, mixte),
- des propositions de dates,
- le nombre de participant·es,
- l'organisation des groupes de niveaux des participant·es (ou un feu vert pour les réunir en un groupe unique),
- leurs noms, adresses email et fonctions

**Une convention de formation** vous est ensuite transmise et doit nous être retournée signée.

### **À noter**

- Prévoyez un **délai d'un mois** entre la date de votre première demande et la date de la formation.
- Nos prestations se déroulant en entreprise, le règlement intérieur de l'entreprise est applicable concernant les mesures de santé et de sécurité.

# Modalités d'accès : suivez le guide ! Une fois la formation programmée

**Avant la formation**, chaque participant·e reçoit un email comprenant un lien vers un questionnaire d'entrée.

**La veille ou le jour-même de la formation, une convocation par mail** est transmise à chaque participant·e. Si la formation a lieu en visio, le lien de connexion est intégré.

## À noter

- **6 à 8 mois** après la formation : un questionnaire d'évaluation à froid est transmis pour étudier la progression.
- Chacun·e est invité·e à y répondre **sous 5 jours**.

# En cas de besoin

## Client·es/financeurs·ses/participant·es

- Question
- Réclamation
- Déclaration de besoin spécifique

## Futur·es client·es

- Infos complémentaires
- Tarifs
- Commande de formation

## Contactez-nous !

Référente administrative,  
pédagogique & handicap

**Pauline Buosi**

06 44 12 08 52

[pauline.buosi@citesplume.fr](mailto:pauline.buosi@citesplume.fr)

Superviseuse,  
contact direction

**Angélique Revol**

07 85 50 18 35

[angelique.revol@citesplume.fr](mailto:angelique.revol@citesplume.fr)



 RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

*La certification qualité a été  
délivrée au titre de la ou des  
catégories d'actions suivantes :  
actions de formation*

# CITÉS PLUME

la com dans les idées

25 D, rue Chevreul, 69100 Villeurbanne  
04 78 85 00 15 • [agence@citesplume.fr](mailto:agence@citesplume.fr)  
[www.citesplume.fr](http://www.citesplume.fr)

