

FORMATION, CONSEIL ET DÉVELOPPEMENT EN TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Le secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC) est devenu une source de développements humain, social et technologique incontournables pour toute organisation souhaitant faire évoluer son approche managériale et son intelligence collective.

Créé en 2010, TerraConn@ct, rattaché au cabinet TerraNueva, spécialisé dans le conseil, la formation et la gestion de projets depuis 1997, soutient votre stratégie de développement/optimalisation autour de ce secteur en plein essor. Vous trouverez ici un catalogue des formations et actions que nous proposons.

Ce catalogue est indicatif et non exhaustif puisque, fidèle à la philosophie TerraNueva, TerraConn@ct propose des **solutions individuelles**, concertées, allant du **conseil** à la **gestion opérationnelle**, en passant par la formation.

Retrouvez nos coordonnées complètes en **fin de catalogue.**

Terra Conn@ct
by TerraNueva

15 avenue du maréchal Leclerc
92360 MEUDON LA FORÊT
tél. 01 45 37 83 64
SIREN 415 136 233
<http://www.terraconnect.net>
courrier@terraconnect.net

Nos domaines de compétence

Conseil et formation

Bureautique

Internet

Entreprise 2.0

@-management

Web 2.0

Réseaux et médias sociaux

Conception et développement de sites web

Veille sectorielle ou stratégique

Identité numérique et @-réputation

Ils nous font confiance

beta
politique

bénéfice-net
tirez profit d'internet

cap.digital
Paris Region

Proxima
mobile



noé
COM

NOS PETITS-DÉJEUNERS THÉMATIQUES

Pour permettre de découvrir les différentes thématiques liées au développement des TIC et mesurer l'opportunité de leur mise en œuvre dans l'entreprise, nous proposons des séminaires généralistes par demi-journées :

- ✓ L'entreprise 2.0, comprendre les enjeux culturels pour une mutation réussie
- ✓ Les nouveaux outils de la communication et du marketing en ligne
- ✓ Pourquoi et comment créer un blog d'entreprise ?
- ✓ Les atouts de la veille en entreprise
- ✓ Risques et opportunités des réseaux sociaux
- ✓ Réputation numérique : phénomène de mode, réel danger ou opportunité méconnue ?

Intelligence économique & veille stratégique

Mise en œuvre opérationnelle d'une cellule de veille

→ Nous vous proposons de vous accompagner dans la mise en place d'une cellule de surveillance du web efficace et durable. En fonction de vos critères (cibles, management, moyens), notre conseil peut aller des propositions opérationnelles jusqu'à la gestion complète de la mise en œuvre d'un portail de veille.

Mission de veille stratégique et/ou sectorielle

→ Si vos moyens humains sont limités, nous pouvons nous occuper de faire surveiller pour vous le Web. Faites-nous savoir quels sont vos objectifs (image, réputation, informations, opportunités, fréquence, etc.), et nous nous chargeons d'assurer votre veille.

Identité numérique & @-réputation

Analyse de réputation numérique

→ L'ère numérique donne une nouvelle dimension à ce qui fait la notoriété d'une organisation. Sa réputation s'entretient, se fait et se défait plus rapidement qu'auparavant.

Nous proposons d'analyser votre « @-réputation », d'en faire un bilan et vous soumettons des recommandations afin de l'entretenir ou de l'améliorer.

Sites Web & réseaux sociaux

Réalisation d'un site ou d'un blog d'entreprise

→ Votre organisation souhaite développer sa communication par l'intermédiaire d'un site dynamique tel qu'un blog. Nous sommes en mesure de concevoir et implémenter pour et avec vous ce site.

Nous proposons diverses solutions, internet ou intranet, et plateformes adaptées aux besoins et contraintes, allant de la conception au développement et à l'hébergement, tout en vous formant à la gestion du futur site.

Mise en œuvre d'une stratégie de présence sur les médias sociaux

→ Votre organisation souhaite développer sa communication et son image par l'intermédiaire d'une présence sur les nombreux réseaux sociaux du web.

Nous sommes en mesure, en fonction de vos cibles, de mettre en œuvre cette stratégie.

@-Management

Tirer parti de la culture collaborative issue du Web pour préparer l'organisation de demain

Quelles pratiques et quels outils pour une culture organisationnelle avancée ? Comment et dans quel cadre les utiliser efficacement ? Comment les associer à l'organisation existante ?

Durée de la formation : 2 jours.

Manager la génération « Y » ou comment intégrer vos futurs collaborateurs

Symboles, valeurs, actions : en quoi la génération « Y » perturbe-t-elle le management ? Comment adapter le management à la génération Y ? Comment réussir son intégration dans l'entreprise ? Quels bénéfices pour l'organisation ?

Durée de la formation : 2 jours.

Manager autour de votre site web, une double problématique pour un double bénéfice

Quelles caractéristiques et limites au site web traditionnel. Comment faire d'un site web un support de communication performant à la fois en externe et en interne ? Management des idées : comment utiliser le site web comme levier d'innovation et de cohésion ?

Durée de la formation : 2 jours.

Structurer et manager une cellule de veille, élément primordial de toute stratégie de présence numérique

Selon quels critères définir l'organisation de la veille ? Comment « recruter » et motiver les veilleurs ? Pourquoi la surveillance du web repose-t-elle d'abord sur une équipe volontaire et ensuite sur des moyens ?

Durée de la formation : 2 jours.

→ Toute organisation est de fait collaborative car elle repose, pour fonctionner, sur les interactions interpersonnelles et la communication d'informations.

Cependant, les réseaux électroniques et l'internet dit social apportent aujourd'hui de nouveaux usages et outils coopératifs propres à renforcer et revisiter la collaboration.

Communication, co-développement, sentiment d'appartenance, motivation... En offrant une nouvelle dimension au management, la culture du « Co » permet d'agir en profondeur sur les facteurs clés de succès d'une organisation.

→ Les « digital natives » — la génération « Y » — arrivent aujourd'hui massivement dans le monde du travail.

Leurs spécificités montrent une dominante socioculturelle fortement influencée par les médias qui explique leur approche particulière du travail et des relations interpersonnelles.

L'entreprise étant dès lors souvent vécue avec angoisse ou défi, il devient nécessaire de reconsidérer le management pour maintenir leur implication et leur motivation.

→ À l'heure d'une démocratisation accrue de l'accès à Internet, le site web d'une entreprise devient incontournable pour défendre ses orientations stratégiques en termes d'image et de positionnement commercial.

Mais le site web est aussi un puissant outil de management trop souvent négligé qui permet de concilier les exigences économiques de l'entreprise et le nécessaire besoin d'appartenance de ses collaborateurs.

Encore faut-il alors faire les bons choix techniques alliés à des méthodes de management ad hoc.

→ Si la veille et la collecte d'informations en ligne sont devenues des activités à part entière pour toute entreprise ou organisation ouverte vers l'extérieur, leur efficacité est d'abord conditionnée par la manière dont est structurée et managée la cellule de veille.

La cellule de veille se définit en effet en fonction de l'organisation et des ressources internes, en fonction du type d'informations recherchées et en fonction des stratégies de partage définies par l'entreprise. Il est donc important de réfléchir à ces éléments avant de structurer la collecte d'informations en ligne.

De plus, dans tous les cas, la prise en compte du degré d'implication des différents acteurs et de leur capacité à partager les informations constitue toujours l'élément essentiel d'une veille efficace. Le management d'une équipe de veilleurs est donc spécifique.

Communication basée sur le Web 2.0

Le blog d'entreprise, nouvel outil de communication externe

En quoi le blog d'entreprise est-il un atout ? Quels éléments prendre en compte pour rédiger le cahier des charges ? Comment faire vivre votre blog, de la publication des contenus à la modération des commentaires ?

Durée de la formation : 2 jours.

Animation d'un blog d'entreprise

Pourquoi et comment animer un blog d'entreprise ? Quels sont les éléments qui font sa qualité ? Quelles règles de base pour rédiger des articles de blog ? Comment favoriser et réguler les commentaires ? Comment faire connaître le blog ?

Durée de la formation : 2 jours.

Les Systèmes de Gestion de Contenu pour créer un site web d'entreprise dynamique

Comment fonctionne un SGC ? Quels sont les principaux SGC, leurs avantages et inconvénients comparés ? Faut-il privilégier le SGC comme moteur de site Internet pour la promotion d'une organisation ?

Durée de la formation : 2 jours.

Utiliser les réseaux sociaux pour communiquer en ligne

Qu'est-ce qu'un réseau social ? Quels sont les réseaux sociaux auxquels l'organisation se doit de participer ? Comment communiquer avec ces nouveaux outils ? À qui dédier la responsabilité de cette communication dans l'entreprise ? Comment se crée un réseau efficace ? Quelles transpositions et solutions dans une logique de réseau social interne ?

Durée de la formation : 2 jours.

→ Jusqu'à récemment, le blog a été principalement utilisé comme outil de publication en ligne de contenu personnel.

Cependant, les incessantes améliorations techniques, en termes de capacités de traitement des données, d'ergonomie et de conception graphique, en font désormais un vecteur de communication externe et/ou interne souple et adapté aux organisations.

Sa grande modularité lui confère de multiples avantages comme celui de bénéficier de l'interactivité qui a fait le succès des blogs personnels, tout en gardant les qualités d'un site statique.

→ Mettre en place un blog d'entreprise n'est pas une fin en soi. Sa pérennité dépend non seulement de son contenu, du rythme et de la qualité de son suivi mais aussi et surtout des interactions qu'il saura développer avec ses lecteurs.

Cette exigence de dynamisme et d'interaction passe donc par une administration continue et régulière mais aussi par quelques techniques de communication propres au web 2.0.

→ Contrairement aux sites institutionnels traditionnels, techniquement statiques, les Systèmes de Gestion de Contenu (ou CMS pour *Content Managing System*), à la base des weblogs, sont des plateformes dynamiques à l'implémentation et à la gestion spécifiques.

Les SGC bénéficient ainsi d'avantages qui en font un outil intéressant à considérer dans toute stratégie de communication interne et/ou externe avec, en premier lieu, l'interactivité.

→ Les réseaux sociaux sont désormais des vecteurs à ne pas négliger dans la stratégie de communication globale d'une organisation.

Par essence décentralisés, reposant sur l'interaction entre utilisateurs, les réseaux sociaux, dont Twitter et Facebook sont les fer-de-lance, permettent à toute organisation de transmettre et/ou collecter rapidement des informations dans un écosystème influent et non négligeable.

Ces outils, gratuits, faciles d'accès et au fonctionnement transversal, soutiennent activement les différentes politiques de communication de l'entreprise. Les maîtriser, c'est démultiplier l'impact et les retombées de toute campagne publi-promotionnelle. C'est aussi s'assurer d'une notoriété renforcée.

Intelligence économique & veille stratégique

Créer et faire vivre une cellule de veille

Avec Internet, la veille est-elle à portée de toutes les organisations ? Quel cahier des charges pour quel type de surveillance ? Quels comportements interpersonnels assurent une veille pérenne ? Comment adapter la veille au management des idées ? Quels outils de veille pour quelles compétences ?

Durée de la formation : 2 jours.

Efficacité d'un développement opportuniste basé sur la veille

Pourquoi la veille Internet est une source d'opportunités ? Quelles stratégies de veille pour quels objectifs de développement ? Quels écosystèmes en ligne à surveiller ? Qui veille, comment et quoi ? Quelle complémentarité avec le management des idées ?

Durée de la formation : 2 jours.

Mieux recruter avec le Web

Pourquoi et comment repenser le processus recrutement à l'heure du Web 2.0 ? Pourquoi le candidat virtuel est un candidat potentiel ? Qu'est-ce que le « personal branding » ? Pourquoi considérer la génération « Y » ? Quels outils Web 2.0 pour augmenter vos chances de recruter le « bon » candidat ?

Durée de la formation : 2 jours.

Le Web 2.0 et son impact sur la stratégie RH

En quoi le Web 2.0 modifie-t-il les pratiques RH ? Quelles sont les opportunités RH en termes de communication interne/externe, formation, recrutement ? Comment intégrer ces nouvelles pratiques aux fonctionnements plus traditionnels ? Quels sont les aspects à surveiller pour un usage efficace du Web ?

Durée de la formation : 2 jours.

→ Une stratégie de surveillance du web est devenue indispensable à toute organisation présente ou non sur Internet. Réputation, image de marque, opportunités, innovation... Nombre d'atouts en font aujourd'hui une nouvelle source de développement à considérer avec sérieux.

Cependant, le processus amont de création de la cellule de veille est primordial, en fonction des objectifs fixés et afin d'assurer son fonctionnement durable.

→ Anticiper la demande de clients et définir les stratégies concurrentielles font partie intégrante du développement d'une organisation, dans une perspective d'innovation et de marketing proactif.

L'omniprésence du partage en ligne conduit à se saisir des opportunités de développement qu'offrent la collecte et l'analyse des diverses informations diffusées sur Internet.

À ce titre, il est indispensable de maîtriser certains aspects de la surveillance du Web pour en faire un outil de développement efficace.

→ L'émergence du Web 2.0 a permis le développement accéléré des concepts d'identité numérique et de *personal branding* associé.

Désormais, les réseaux sociaux constituent un vivier considérable de ressources humaines potentielles.

Ce constat laisse entrevoir la possibilité d'adopter de nouvelles et efficaces stratégies amont et aval pour l'amélioration des processus de recrutement en utilisant Internet.

→ Internet a profondément transformé les pratiques RH. Recrutement, communication interne et externe, formation s'appuient désormais sur le Web 2.0.

Des opportunités que ne doivent pas ignorer les DRH car elles permettent d'obtenir une plus grande efficacité tout en faisant des économies d'échelle.

Identité numérique & @-réputation

Démystifier les réseaux sociaux

Pourquoi Internet 2.0 n'est que le reflet d'une évolution sociétale ? Comment s'organise, ou pas, le Web 2.0 ? Quels incontournables ? Quelles pratiques ? Quels outils ?

Durée de la formation : 1 jour.

Développer votre notoriété et celle de votre entreprise par le Web

Pourquoi le web est devenu une agora de citoyens/consommateurs avisés ? Qu'est-ce qui fait la réputation en ligne ? Votre organisation sait-elle si l'on parle d'elle ? Est-elle prête à faire face à une mauvaise réputation sur le Web ? Quelle est l'image de votre organisation, comment la développer et l'améliorer ?

Durée de la formation : 2 jours.

RH : une bonne @-réputation pour attirer les meilleurs profils

Pourquoi le rapport de force employeur/employé a évolué avec le Web 2.0 ? Pourquoi l'attrance pour une organisation passe par l'existence d'une identité numérique ? Comment conserver une cohérence entre l'image véhiculée et la réalité de l'entreprise ?

Durée de la formation : 2 jours.

→ Le développement de l'Internet social est à l'origine de l'émergence d'écosystèmes en ligne composés d'utilisateurs qui partagent vies personnelles et vies professionnelles, informations, loisirs et culture.

Loin d'être une obscure nébuleuse, le Web 2.0 repose sur une communauté d'usages spécifiques qu'il est bon de connaître pour ne plus craindre d'en faire des sources réelles de développement économique et humain pour l'organisation.

→ Les internautes sont aussi des citoyens et des consommateurs avisés. Le Web 2.0 est pour eux le lieu idéal d'échanges libres d'avis. Ces avis peuvent inévitablement toucher à l'image, bonne ou mauvaise, de toute organisation et la servir ou la desservir.

Une organisation proactive, soucieuse de son image, se doit de surveiller et entretenir sa notoriété sur Internet — l'e-réputation.

→ La masse considérable d'informations désormais disponibles via Internet permet de se renseigner sur une organisation ou une personne.

À l'heure d'une demande croissante en compétences et talents, la nécessité d'entretenir une bonne image s'impose aux DRH afin d'éviter de décourager tout collaborateur potentiel, dont l'attrance éventuelle peut être influencée par la réputation numérique de l'organisation, véhiculée publiquement sur le Web.

Applications Internet

Mozilla Firefox et Thunderbird, couple idéal pour le Web

Objectif : Le but de la formation est de permettre aux stagiaires d'utiliser en complémentarité Firefox (navigateur Web) et Thunderbird (client e-mail) pour une productivité Web accrue (installation, extensions, sauvegarde, favoris, gestion mail, synchronisation d'agenda).

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

Comment rechercher et partager l'information sur Internet

Objectif : À l'issue de la formation, les stagiaires auront acquis les bonnes méthodes pour une recherche efficace sur le Web (utilisation de différents moteurs, rationalisation et pertinence des résultats, outils de partage d'informations).

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

Installer et maîtriser un CMS (WordPress, Drupal ou Joomla)

Objectif : Ce cycle complet de formation permet aux stagiaires d'acquérir une solide connaissance du CMS Open Source de leur choix parmi les trois plus populaires. De l'installation jusqu'aux connaissances nécessaires à la conception de sites.

Public visé : DSI et tout public ayant des connaissances en HTML et CSS.

Durée de formation : **Module initial : 3 jours ;**
 Module complémentaire : 2 jours.

Entrer dans les réseaux sociaux

Objectif : Cette formation a pour but de familiariser les participants aux principaux réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Viadeo, LinkedIn) et de leur transmettre les usages à respecter en fonction de leur utilisation (personnelle ou professionnelle).

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

→ Pour renforcer l'implication des participants, pour s'adapter aux différents pré-acquis des stagiaires et pour encourager la mémorisation, TerraConn@ct propose **des démarches individualisées** basées sur le principe de **l'autoformation accompagnée par groupe** (6 personnes maximum).

Le formateur s'apparente donc à un véritable « **coach** » qui définit avec chaque participant les objectifs que celui-ci souhaite atteindre en fin de séminaire. Les participants travaillent à la fois sur **leurs propres documents et sur des fiches d'exercices** adaptées à leur niveau et à leurs objectifs.

Cette méthode **originale et vivante, très axée sur la pratique**, permet d'apporter un soutien individuel en fonction de la rapidité d'apprentissage des stagiaires tout au long de la formation.

De plus, notre méthode pédagogique est propice aux **groupes hétérogènes**, ce qui est adapté à la réalité de l'entreprise tout en permettant des économies d'échelle.

TerraConn@ct peut mettre à disposition de chaque participant un ordinateur portable.

Remarque : Les formations informatiques sont dispensées sous environnement PC équipé d'un système d'exploitation Microsoft Windows.

Bureautique

Microsoft Windows XP, Vista ou 7

Initiation : Se familiariser avec le système d'exploitation et permettre à l'utilisateur d'utiliser ses fonctions courantes efficacement.

Perfectionnement : Maîtriser les fonctions avancées du système d'exploitation pour accroître sa productivité.

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

Microsoft Word 2003 & 2007

Initiation : Se familiariser avec le logiciel et permettre à l'utilisateur d'utiliser ses fonctions courantes efficacement.

Perfectionnement : Maîtriser les fonctions avancées du logiciel pour accroître sa productivité (tableaux, styles, mode plan, formulaires, mailing, révision...)

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

Microsoft Excel 2003 & 2007

Initiation : Se familiariser avec le logiciel et permettre à l'utilisateur d'utiliser ses fonctions courantes efficacement.

Perfectionnement : Maîtriser les fonctions avancées du logiciel pour accroître sa productivité (automatisation, formules, tableaux croisés dynamiques...).

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

Microsoft Powerpoint 2003 & 2007

Initiation : Se familiariser avec le logiciel et permettre à l'utilisateur d'utiliser ses fonctions courantes efficacement.

Perfectionnement : Maîtriser les fonctions avancées du logiciel pour accroître sa productivité (styles, masques, révision, exportation des diaporamas...).

Public visé : tout public.

Durée de formation : 2 jours.

→ Pour renforcer l'implication des participants, pour s'adapter aux différents pré-acquis des stagiaires et pour encourager la mémorisation, TerraConn@ct propose **des démarches individualisées** basées sur le principe de **l'autoformation accompagnée par groupe** (6 personnes maximum).

Le formateur s'apparente donc à un véritable « **coach** » qui définit avec chaque participant les objectifs que celui-ci souhaite atteindre en fin de séminaire. Les participants travaillent à la fois sur **leurs propres documents et sur des fiches d'exercices** adaptées à leur niveau et à leurs objectifs.

Cette méthode **originale et vivante, très axée sur la pratique**, permet d'apporter un soutien individuel en fonction de la rapidité d'apprentissage des stagiaires tout au long de la formation.

De plus, notre méthode pédagogique est propice aux **groupes hétérogènes**, ce qui est adapté à la réalité de l'entreprise tout en permettant des économies d'échelle.

TerraConn@ct peut mettre à disposition de chaque participant un ordinateur portable.

Remarque : Les formations informatiques sont dispensées sous environnement PC équipé d'un système d'exploitation Microsoft Windows.

Nous contacter

TerraConn@ct, *by* TerraNueva

15 avenue du maréchal Leclerc
92360 MEUDON LA FORÊT
01 45 37 83 64

TerraConn@ct : courrier@terraconnect.net

06 77 15 70 87

TerraNueva : courrier@terranueva.net

06 11 40 88 41

Nous trouver sur Internet

SITES WEB : <http://www.terranueva.net>

<http://www.terraconnect.net>

BLOG : <http://www.terranueva.fr>

VEILLE : <http://www.google.com/profiles/terranueva2.0>



[@TerraNueva](https://twitter.com/TerraNueva)

[@TerraConnect](https://twitter.com/TerraConnect)



<http://www.facebook.com/TerraNueva>