

DIGITAL
KEYS



CATALOGUE DE FORMATIONS

FORMATIONS MARKETING DIGITAL 2023

Qualiopi
processus certifié

 **RÉPUBLIQUE FRANÇAISE**

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
ACTIONS DE FORMATION

1 Qui sommes-nous ?

En 2008, Thierry Decroix et Sandra Retailleau décident de créer Data Filiation qui deviendra très vite Digitalkeys, agence experte en business digital.

14 ans après, Digitalkeys c'est 3 bureaux, Paris, Saint-Nazaire et Bordeaux et surtout 50 collaborateurs, experts en webmarketing qui accompagnent les entreprises, annonceurs et agences, dans leurs objectifs d'acquisition digitale et de développement e-business.

La force de Digitalkeys ?

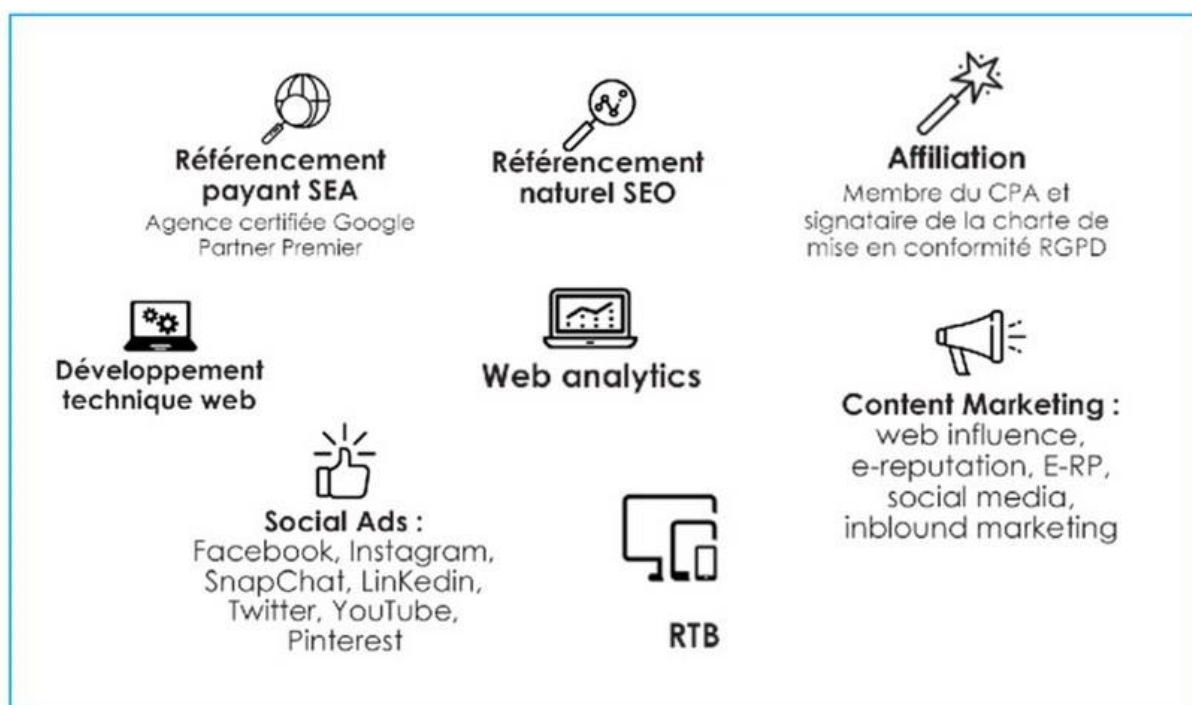
Son intelligence collective bien entendu ! Une organisation agile basée sur la collaboration, la responsabilisation et le partage ... Une équipe très riche en talents divers et une équipe qui partage des valeurs fortes avec une mission commune qui est la réussite business de ses clients, en France mais aussi à l'international.



1 Qui sommes-nous ?

Nos expertises digitales

C'est en actionnant les principaux leviers de façon pertinente et en synergie, SEO/SEA (référencement naturel et payant), Emailing marketing, stratégie de contenu, social ads, RTB, web influence, média off, data tracking que nous pouvons répondre au mieux aux problématiques et objectifs de nos clients, annonceurs, e-commerçants et agences.



1. Nos experts vous forment



**VICTOR
MARQUIS**
Expert Analytics

vmarquis
@digitalkeys.fr



**THIERRY
DECROIX**
Co-fondateur

tdecroix
@digitalkeys.fr



**TEDDY
BALAIR**
Directeur
d'agence

tbalair@
digitalkeys.fr



**CLEMENCE
PIFFARD**

Directrice des
opérations RGP D
clemence.piffard@
rgpd-express.com

2. Ils nous font confiance

Céline N,
RMN - Grand Palais



« La formation nous a permis d'approfondir notre connaissance des principales fonctionnalités de Google Analytics, indispensables pour comprendre et ajuster les performances de notre site web. Le formateur, disponible et pédagogique, a livré des explications détaillées et des réponses à des questions très précises sur nos projets et besoins. D'une durée d'un jour, la formation est adaptée à un utilisateur régulier de Google Analytics même sans connaissances techniques spécifiques. »

4,7 / 5

Notes moyenne
evaluations sur
26 stagiaires
2022/2023

Ils ont suivi nos formations



3. Nos formations marketing digital

Digitalkeys est certifiée Qualiopi et agréé organisme de formation (numéro 11 755735375). Votre formation peut donc être prise en charge en partie ou en totalité par votre OPCO (Ex OPCA, ces opérateurs de compétence ont pour mission principale d'assurer le financement des formations professionnelles)

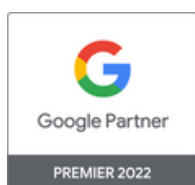
Les formations proposées sont élaborées sur mesure pour une ou plusieurs personnes de la même entreprise (6 pers. Maximum). Thèmes et durée sont au choix, selon vos objectifs et vos problématiques. Les formations peuvent être faites dans nos locaux mais sont aussi dispensées en visio à distance.

Chaque programme a été créé à partir d'expériences clients et de compétences métiers, Nous privilégions une pédagogie active et dynamique, basée sur l'échange et les interactions. Les programmes alternent entre des apports théoriques et des mises en situations concrètes. De nombreux cas pratiques réels illustrent ceux-ci...

Nous vous accompagnons avant, pendant et après votre formation afin de garantir la réussite des objectifs visés.

Notre collection de badges collector

Parce que le savoir-faire de nos experts est apprécié, reconnu et multi-labellisé, nous mettons le meilleur au service de nos clients.



**DECOUVREZ
NOS
PROGRAMMES
DE FORMATIONS**

DIGITALES

DO YOU SPEAK WEB ?

OBJECTIFS :

- Connaître les fondamentaux du webmarketing
- Appréhender l'écosystème digital
- Approfondir la compréhension des principaux leviers digitaux
- Savoir lire les KPI et différentes mesures webmarketing

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Éléments de contexte / Panorama

Quelques chiffres
Les usages d'internet, d'hier à aujourd'hui

2. Les leviers du marketing digital

Constat et vision
Les différents modèles économiques
Les cibles, les audiences
Les leviers disponibles :SEA, SEO, E-mailing, Social Ads, retargeting, ...
Les différents formats

3. Réussir sa stratégie digitale

Passer de la Web Analytics au Business Analytics
Définir ses objectifs business
Choisir ses KPI (Key Performance Indicator)

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

LES FONDAMENTAUX DU SEO

OBJECTIFS :

- Comprendre l'importance du référencement naturel
- Bien rédiger pour le web et rendre son site SEO friendly
- Optimiser son contenu : stratégie de mots clés
- Connaître les meilleures techniques du SEO

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Comprendre les moteurs de recherche

Une histoire de robots

3. La stratégie du maillage interne

Bien choisir ses landing page
La structure / maillage du site

5. Comment rédiger pour le web ?

Les bonnes pratiques
La page SEO "parfaite" !
Méthodologie

7. Boîte à outils

2. Optimiser le SEO d'un site

Optimisation techniques
Optimisation on-site
Optimisation sémantiques

4. Le netlinking

Qu'est ce qu'un bon lien ?
La thématization du linking

6. Travailler la "position zéro"

Mise en pratique

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

SEO, ECRIRE POUR LE WEB

OBJECTIFS :

- Appliquer les bases du SEO à son contenu
- Rédiger de façon claire et lisible pour les internautes et les moteurs de recherche
- Rédiger pour gagner en audience et visibilité

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Introduction

En 2023 rédige-t-on encore pour le web comme en 2009 ?

Retour sur les grands changements SEO

Les notions de bases : La sur ou sous-optimisations vs les bonnes optimisations

2. Optimisation des contenus

L'optimisation sémantique : Comment optimiser son contenu pour ressortir sur un mot-clé ?

La page SEO parfaite : améliorer l'expérience utilisateur

Comment rendre son contenu visuellement attrayant grâce aux images

La vidéo : Comment bien référencer ses vidéos ?

La position zéro, comment l'atteindre ?

3. Mise en pratique

Mise en situation avec une problématique propre à votre secteur

Comment cette méthodologie peut-elle s'appliquer à votre site ?

Outils pour mise en pratique

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

RTB PROGRAMMATIQUE

OBJECTIFS :

- Comprendre le marché, les indicateurs et les opportunités publicitaires du programmatique
- Mieux définir et optimiser sa stratégie digitale display avec le RTB
- Ouverture sur les innovations du marché

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Les chiffres du programmatique

La consommation digitale en France
Chiffres, volumes et évolution des investissements programmatiques en France

3. Des opportunités pour les marques

Les formats disponibles (Display, Mobile, vidéo, social)
Campagnes branding /performance
Se fixer les bons objectifs
Comment mesurer l'intérêt du levier

5. Comment rédiger pour le web ?

Différence entre open et private auction
Les alliances entre éditeurs
Les Deal IDs
Le programmatique garanti

2. Principes de base et définitions de l'achat programmatique

Constat et vision
Les modèles économiques
Les cibles
Les leviers disponibles

4. Un écosystème complexe ?

Définition des principaux acteurs (RTB, DSP, DMP, SSP, AdExchange)
Qui fait réellement quoi ?
Les différents DS

6. Le programmatique de demain

Le panorama des offres existantes
Présence dans les campagnes traditionnelles (Affichage, radio, TV..)

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
2000€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMEZ-VOUS À GOOGLE ADS

OBJECTIFS :

- Pouvoir exploiter efficacement et rapidement l'interface de la plateforme pour accéder aux statistiques au quotidien.
- Comprendre l'optimisation et le pilotage des campagnes en fonction des objectifs
- Savoir analyser les résultats et les chiffres relevés.

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Éléments de contexte

Le référencement naturel
Le référencement payant

3. Savoir créer une campagne

Objectifs
Association Produits Google
Stratégie SEA : structure de compte,
éléments de ciblage, enchères,
conversions, annonces, budget...

5. Analyse et Suivi

Indicateurs (CPM, CPC, CTR,
impressions, QS, etc...)
Analyse sur Adwords
Analyse sur Analytics

2. L'écosystème Google Ads

Global
Search / Display
Shopping
YouTube

4. Google Ads / Optimisation

Ajustement d'enchères
Audiences (remarketing)
Extension d'annonces Search
Query

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMATION GOOGLE ANALYTICS

OBJECTIFS :

- Comprendre les fondamentaux de Google Analytics
- Pouvoir exploiter efficacement et rapidement l'interface de la plateforme pour accéder aux statistiques au quotidien.
- Comprendre les fonctionnalités et paramétrer un compte

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Éléments de contexte

Une discipline et des outils
Bref historique de l'analyse d'audience sur le web
Que mesure-t-on avec Google Analytics ?
Fonctionnement global, collecte des données

2. Utilisation de l'outils / Fonctionnalités

Démonstration de l'outil
Lire et comprendre les données
Définir et paramétrer des objectifs dans Google analytics Terminologie Google analytics Les fonctionnalités de reporting Panorama des utilisations avancées

3. Bonnes pratiques et perspectives du Web Analytics

Questions à se poser pour :

Association Produits Google

- choisir les bons indicateurs (KPI),
- éviter de crouler sous les données,
- intéresser/impliquer les équipes en interne,
- mettre l'outil au service des objectifs de l'entreprise.

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMATION GOOGLE TAG MANAGER

OBJECTIFS :

- Assimiler les bonnes pratiques de l'outil.
- Pouvoir exploiter efficacement et rapidement l'interface de la plateforme pour accéder aux statistiques au quotidien.
- Savoir analyser les résultats et les chiffres relevés.

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Définitions & marché

2. Les fondamentaux

Les tags et leur fonctionnement
Vocabulaire Datalayer et Variables

3. Projet: Tag management

Avec ou sans TMS ?

4. Interface GTM

Mise en ligne d'un tag
Hiérarchie des éléments
Variables, Déclencheurs,
Balises Guide de
l'interface Bonnes
pratiques

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMATION SOCIAL ADS

OBJECTIFS :

- Assimiler les bonnes pratiques Facebook et Instagram
- Pouvoir exploiter efficacement et rapidement l'interface dédiée de la plateforme Business manager.
- Savoir personnaliser l'outil et analyser les résultats et les chiffres relevés
- Savoir mettre en place des reporting de lecture.

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Partie théorique

Pré-Requis : rappels sur le réseau Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network et les spécificités de chacun
Connaître et Présentation des principales fonctionnalités du Business Manager et son paramétrage
Présentation du Gestionnaire de publicité et de la structuration des campagnes
Typologie des Audiences
Principaux formats publicitaires et bonnes pratiques créatives
Rapport Publicitaires et Indicateurs de Performance

2. Applications pratiques

Prise en main des principales ressources du Business Manager :
Paramétrage des Audiences, Mise en place de Rapports Publicitaires
Suivi des actions de conversions,
Utilisation des Outils statistiques
Prise en main du Gestionnaire de Publicités : Paramétrage de Campagnes avec différents objectifs, d'ensembles de Publicités et de Publicités
Mise en pratique des Best Practices Créatifs

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

LinkedIn, Employee Advocacy

OBJECTIFS :

- Comprendre les usages et le potentiel de LinkedIn
- Développer un programme d'employee advocacy
- Acquérir les principes fondamentaux d'une stratégie de présence efficace sur LinkedIn

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1 Introduction

Le content marketing

Le contexte :réseaux sociaux, audience, contenu

2 Mise en pratique

Créez et paramétrez votre profil LinkedIn.

Les règles d'un profil LinkedIn efficace. Développez «l'attitude réseau » :les codes de l'écriture, échange dans les groupes, hashtags, citation de comptes, interagir sur des posts.

Pourquoi et comment partager des articles efficacement.

3. Employee Advocacy

Définition du employee advocacy.

Les bénéfices et les risques de l'employee advocacy.

Comment réussir la mise en œuvre de l'employee advocacy ?

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de pré-
requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie :Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports :PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC :la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMATION RGPD

OBJECTIFS :

- Comprendre les principes fondamentaux du RGPD
- Pouvoir réaliser la mise en conformité RGPD de son entreprise en 7 étapes

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Etat des lieux

Données personnelles au sens du RGPD
Savoir dresser un état des lieux
Les missions du DPO

2. Juridique

Définir sa Politique de protection des données personnelles
Définir sa politique de protection des données collaborateurs
Sécuriser les relations avec les sous-traitants - mettre ses outils de prospections en conformité

3. Sécurité informatique

Identifier les actions à mener en termes de sécurité informatique
Définir les solutions mises en œuvre en matière de sécurité informatique

4. Cartographie

Formaliser la cartographie des données personnelle

5. Communication/Process

Sensibiliser tous les collaborateurs au RGPD
Diffuser à tous le process à respecter en cas de violation de données
Partager le process « Quand faire une analyse d'impact »

6. Suivi et registres

Planifier le suivi périodique RGPD & Formaliser un registre des activités de traitement

Durée


7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de
pré-requis

 Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMATION SOCIAL MEDIA

OBJECTIFS :

- Comprendre les principes, les enjeux et les objectifs du social media ;
- Création et mise en place d'une stratégie de contenu sur les réseaux sociaux ;
- Savoir créer et animer une communauté ;
- Savoir identifier les indicateurs clés de performances et analyser les résultats ;
- Connaître les outils et les plateformes sociales.

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1 Introduction

Chiffres, tendances et enjeux du Content Marketing et du Social Media
Décryptage de la stratégie de contenu de 2 acteurs inspirant

2 Comment définir sa stratégie de contenu /Social media

Définir ses cibles et ses objectifs
Définir ses piliers de contenus
Définir ses formats et sa fréquence de publication
Créer un calendrier éditorial

3. Comment animer et engager sa communauté

Focus sur Facebook / Instagram / LinkedIn / Twitter
Les bonnes pratiques de création de contenu (visuels/media, rédaction, hashtags, etc)
Comment programmer / publier
Les bonnes pratiques de modération

4. Analyse des performances /Booste des publications

Définir les bons KPI à suivre
Savoir où les trouver et comment les analyser pour en tirer des enseignements
Présentation de l'outil publicitaire Facebook / Instagram

Mise en pratique et Quizz / Questions

Durée

7 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif

À partir de
1500€HT

Tous PUBLIC et Niveau

Pas de
pré-requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

FORMATION CRM - EMAILING

OBJECTIFS :

- Identifier les éléments clés et les facteurs de succès d'un emailing
- Structurer un emailing en fonction de l'objectif initial de communication : informer, remercier, transformer
- Créer un emailing mastertemplate qui corresponde à l'identité de la marque et atteigne les objectifs marketing

PROGRAMME - Formation en intra (début de la formation à convenir avec le client)

1. Comprendre les enjeux du design en matière d'emailing

Comprendre la conception d'un message e-mail
Concevoir un zoning efficace et percutant
Prendre en compte les enjeux du mobile
Donner du sens et créer une expérience client

2. Intégrer la charte graphique de la marque dans vos messages

Le principe du mastertemplate
Optimiser les zones de vos appels à l'action

3. Intégrer la personnalisation des messages

Utilisation de la segmentation client pour optimiser les performances
Traduire et décliner en messages les objectifs (Call to action / poids des informations) par population

Mise en pratique et Quizz / Questions

Durée 8 H
Présentiel ou
Distanciel

Tarif
À partir de
1500€HT

**Tous PUBLIC et
Niveau**
Pas de
pré-requis



Nos formations ne sont pas accessibles à certaines personnes en situation de handicap, veuillez nous contacter pour plus d'infos

Pédagogie : Alternance de présentations théoriques, cas pratiques, retours d'expériences et illustrations concrètes.

Supports : PPT projeté, version papier remise en début de session aux stagiaires.

Evaluation / DOC : la réalisation de cas pratiques serviront d'évaluation de la journée de formation. Un support stagiaire sera remis lors de la formation et une attestation de formation sera remise en fin de formation.

**INSCRIVEZ-VOUS
A NOS
FORMATIONS**

DIGITALES

1.

**Vous prenez contact avec nous !
Nous vous proposons un
entretien afin de recueillir vos
besoins. Nous définissons
ensemble vos objectifs, le
calendrier et l'organisation.**

2.

**Nous vous proposons
une formation sur-
mesure adaptée à vos
besoins !**

3.

**Après validation de la
proposition, vous nous
adrez les informations
administratives
nécessaires au dossier**

4.

**Nous vous envoyons les
documents (programme,
convention, devis) à
signer et à transmettre à
votre OPCO pour une
prise en charge financière**

5.

**Nous vous adressons
une convocation par
mail comprenant
toutes les informations
pratiques**

6.

**La formation se déroule en
présentiel ou en distanciel et
est composée de cas pratiques
et d'exemples concrets. À l'issue
de la formation, vous attestez
votre présence, évaluez le
contenu via un questionnaire de
satisfaction à chaud.**

7.

**Quelques semaines après la
formation, nous vous transmettons
vos attestations de réussite, un
questionnaire à froid pour évaluer
l'utilité de la formation, sa qualité et
les bénéfices que vous en avez tiré;
ainsi qu'une évaluation globale de la
formation afin de faire ressortir nos
axes d'amélioration.**

INFORMATIONS PRATIQUES

VOTRE CONTACT

Laurence SERVAT

bonjour@digitalkeys.fr

01 80 18 28 80



Modalités d'accès : Formation en Intra de 1 à 15 participants maximum.

Délais d'accès : l'inscription peut se faire 1 jour avant le début de la session sans subrogation d'opco*.

La formation démarre à la signature de la convention* et les dates sont convenues en accord avec le client.

*Nota : En cas de subrogation auprès d'un Opco, un délai supplémentaire sera accordé pour le démarrage de la formation en attendant l'accord de prise en charge.

LE DOSSIER ADMINISTRATIF 🎓

AVANT TOUTE FORMATION

Digitalkeys vous envoie par mail votre convention de stage ainsi que la convocation à la formation.

AU COURS DE LA FORMATION

Chaque stagiaire doit apposer sa signature, chaque demi-journée sur la feuille de présence.

À LA FIN DE CHAQUE FORMATION

Chaque stagiaire doit renseigner un questionnaire de satisfaction.

Une attestation de formation sera remise au stagiaire le dernier jour de sa formation.

Une évaluation à chaud sera réalisée à la fin de la formation.