



# PLANS DE FORMATION EN LIGNE

---

## VOLET 2

### Marketing, ventes et communications numériques

1,0 unité d'éducation continue

# LE MARKETING NUMÉRIQUE DE VOTRE ENTREPRISE

## Description

Développer les compétences pratiques en marketing interactif afin de permettre de commercialiser efficacement des produits et des services par le biais des plateformes Web, mobiles, et autres outils numériques.

## Objectifs

À l'issue de cette formation, être en mesure de réaliser un diagnostic primaire du marketing numérique d'une organisation et être capable de mettre en œuvre des activités d'optimisation de la présence et des affaires commerciales d'une organisation selon une approche omnicanale à 360 degrés.

## Contenu

- Introduction au marketing numérique
- Les outils et stratégies marketing numériques
- Visibilité et référencement en marketing numérique
- Analyse et mesure de données, le référencement payant

## Nombre d'heures

4 heures

## Frais d'inscription

399 \$ plus les taxes applicables

## Clientèle visée

Dirigeants, gestionnaires et directeurs

## Formateur



### Michel Roberge

Michel Roberge œuvre dans le domaine de la communication et du marketing depuis 33 ans. Il a étudié en marketing à l'Université du Québec à Chicoutimi et détient aussi une maîtrise en gestion des organisations (MGO) de l'UQAC.

Au fil des années, il a occupé divers postes de gestion dans des fonctions stratégiques. Il a conseillé une multitude d'entreprises et d'organismes publics et parapublics dans les secteurs d'entreprises de services, entreprises industrielles ainsi que dans le secteur du commerce de détail. Aujourd'hui, il dirige sa propre entreprise de consultant et est également chargé de cours en marketing et en management au Département des sciences économiques et administratives de l'UQAC.

# LA COMMUNICATION EN GESTION DE CRISE

## Description

Développer les compétences pratiques en communication, non seulement pour gérer une tempête, mais aussi pour préparer la relance.

## Objectif

À l'issue de cette formation, être en mesure de bien évaluer la situation afin d'améliorer la stratégie de communication interne et externe de l'entreprise en lien avec les divers outils de communication et les médias.

## Contenu

- Bâtir votre confiance en communication
- Évaluer le contexte médiatique
- Bien travailler avec les outils appropriés

## Nombre d'heures

2 heures

## Frais d'inscription

199 \$ plus les taxes applicables

## Clientèle visée

Dirigeants, gestionnaires et directeurs

## Formateur



### Michel Roberge

Michel Roberge œuvre dans le domaine de la communication et du marketing depuis 33 ans. Il a étudié en marketing à l'Université du Québec à Chicoutimi et détient aussi une maîtrise en gestion des organisations (MGO) de l'UQAC.

Au fil des années, il a occupé divers postes de gestion dans des fonctions stratégiques. Il a conseillé une multitude d'entreprises et d'organismes publics et parapublics dans les secteurs d'entreprises de services, entreprises industrielles ainsi que dans le secteur du commerce de détail. Aujourd'hui, il dirige sa propre entreprise de consultant et est également chargé de cours en marketing et en management au Département des sciences économiques et administratives de l'UQAC.

# LES MÉDIAS SOCIAUX ET VOTRE ENTREPRISE

## Description

Développer les compétences pratiques en marketing des réseaux sociaux afin de permettre de commercialiser efficacement des produits et des services par le biais de votre site Web en lien avec vos réseaux sociaux.

## Objectifs

À l'issue de cette formation, être en mesure de présenter votre organisation et vos produits et services sur les divers réseaux sociaux. Être capable de mettre en œuvre des activités, la présence d'une organisation selon une approche omnicanale à 360 degrés.

## Contenu

- La prise de parole sur les réseaux sociaux
- L'utilisation des réseaux sociaux en marketing

## Nombre d'heures

2 heures

## Frais d'inscription

199 \$ plus les taxes applicables

## Clientèle visée

Dirigeants, gestionnaires et directeurs

## Formateur



### Michel Roberge

Michel Roberge œuvre dans le domaine de la communication et du marketing depuis 33 ans. Il a étudié en marketing à l'Université du Québec à Chicoutimi et détient aussi une maîtrise en gestion des organisations (MGO) de l'UQAC.

Au fil des années, il a occupé divers postes de gestion dans des fonctions stratégiques. Il a conseillé une multitude d'entreprises et d'organismes publics et parapublics dans les secteurs d'entreprises de services, entreprises industrielles ainsi que dans le secteur du commerce de détail. Aujourd'hui, il dirige sa propre entreprise de consultant et est également chargé de cours en marketing et en management au Département des sciences économiques et administratives de l'UQAC.

# LA GESTION DU SERVICE À LA CLIENTÈLE

## Description

Augmenter vos ventes par la satisfaction et la fidélisation de votre clientèle.

## Objectifs

- Définir le service à la clientèle de votre organisation
- Comprendre la stratégie orientée vers les marchés
- Cibler l'orientation client et la culture centrée sur les clients
- Identifier la culture du service à la clientèle

## Contenu

- Service à la clientèle et expérience d'achat
- Identification des clients et relation avec ceux-ci
- Évaluation du service à la clientèle

## Nombre d'heures

2 heures

## Frais d'inscription

199 \$ plus les taxes applicables

## Clientèle visée

Dirigeants, gestionnaires et directeurs

## Formateur



### Michel Roberge

Michel Roberge œuvre dans le domaine de la communication et du marketing depuis 33 ans. Il a étudié en marketing à l'Université du Québec à Chicoutimi et détient aussi une maîtrise en gestion des organisations (MGO) de l'UQAC.

Au fil des années, il a occupé divers postes de gestion dans des fonctions stratégiques. Il a conseillé une multitude d'entreprises et d'organismes publics et parapublics dans les secteurs d'entreprises de services, entreprises industrielles ainsi que dans le secteur du commerce de détail. Aujourd'hui, il dirige sa propre entreprise de consultant et est également chargé de cours en marketing et en management au Département des sciences économiques et administratives de l'UQAC.

## Formation continue

Université du Québec à Chicoutimi  
555, boulevard de l'Université  
Chicoutimi (Québec) G7H 2B1  
418 545-5011, poste 1212  
formationcontinue@uqac.ca  
formationcontinue.uqac.ca

---

### NOTES

**Attestation de participation** : Pour chaque formation suivie, une attestation correspondant au nombre d'heures de participation sera émise par la Formation continue de l'Université du Québec à Chicoutimi à chacun des apprenants. Une (1) unité d'éducation continue (UEC) est attribuée pour dix (10) heures de participation à une activité d'éducation continue. Un seuil minimal de 80 % du nombre d'heures de participation par activité concernée doit être suivi pour recevoir une attestation de participation.

**Outils complémentaires** : Des mesures de suivi de la progression de l'équipe d'implantation sont également disponibles pour les dirigeants qui le souhaitent. Possibilité d'accompagnement supplémentaire d'un conseiller virtuel ou sur place. Un soutien technique est disponible pour le dépannage en ligne et pour répondre à toutes vos questions d'ordre technique.