

# Kit com 2024-25

Comment promouvoir sa formation continue ?

*Ce kit de communication, mis en place par la cellule Formation Continue de HELMo, présente divers moyens que vous pourrez mobiliser pour la promotion de votre formation.*

*Faire **bouger** les lignes...*

# Concept communication



*Depuis 2022, tous visuels sont déclinés sous le concept « Faire bouger les lignes » et le logo « Formati**On** continue » afin de distinguer cette activité des autres au sein de HELMo et de faire le lien entre les formations des différents départements.*

*Ce concept se focalise sur le titre de la formation et évite des recherches de photos thématiques, souvent fastidieuses.*

*Faire bouger les lignes...*

# Déclinaisons

HELMO / FORMATION CONTINUE !

Certificat:  
**Apprendre dehors**



100h de formation (10 crédits)  
le mercredi de 14 à 17h,  
à partir du 7/02/2024

Je m'inscris !



HELMO Sainte-Croix  
rue Hors-Château, 61  
4000 Liège

En partenariat avec



HELMO / FORMATION CONTINUE !

Professionnel-le-s de la Santé



Programme d'octobre 2023 à juin 2024

**Formations courtes**

- Approches Complémentaires en soins de santé (2x24h)
- Assurance qualité dans les laboratoires (24h)
- NEW! Collaboration aides-soignant-e-s et infirmier-e-s (6h - 12h)
- Environnement et santé (24h)
- Gestes d'urgences obstétricales (24h)
- La motivation : un levier d'action pour l'accompagnement des patients (24h)
- Praticien-ne Formateur-trice (24h)
- Santé Mentale : Remobilisons nos connaissances (24h)
- NEW! Santé de la personne âgée (24h)
- Simulateur GÉrontologique (6h)
- Réanimation nouveau né (6h)
- NEW! Refresh Pharmaco MRS (6h)

**Formations longues**

- Éducation en diabétologie (150h)
- Lactation humaine (150h)
- Soins Palliatifs (150h)
- Sommeil, du nouveau-né à l'enfant (150h ou par module)

**Certificats en collaboration avec l'ULiège**

- Certificat : Méthodes et pratique de l'interdisciplinarité (25 crédits)
- Certificat : Pratique d'éducation thérapeutique (15 crédits)

**Organisables sur demande**  
N'hésitez pas nous confier votre projet de formation!

**US DE L'OURTHE | LIÈGE (Angleur)**

inscriptions : [www.helmo.be/formation-continuee](http://www.helmo.be/formation-continuee)

Contact: Claudine BULTOT  
c.bultot@helmo.be

Faire bouger les lignes...

FORMATION CONTINUE !

**Médiation**  
*formations agréées*



ONE OFFICE DE LA NAISSANCE ET DE L'ENFANCE

F3 FÉDÉRATION WALLONNE-BRUXELLES

Formation complémentaire

**Direction de milieu d'accueil petite enfance**

Consortium de Liège



**Machine learning & optimisation**

Faire bouger les lignes...

# Préparation du contenu

*Personne n'est mieux placé pour parler d'une formation que ceux qui l'ont conçue. Pour aider les communicants à travailler, leur apport est indispensable.*

- Formateur
- Porteur de formation
- Coordinateur de département

*Faire bouger les lignes...*

# Textes

*Votre formation est presque prête, il faut maintenant structurer le contenu de sa communication. Celui-ci doit à la fois être attractif, précis sur les objectifs pédagogiques et complet au niveau des informations pratiques (dates précises).*

Il faut accorder une attention spécifique au **titre**, qui doit être court tout en étant explicite. Un **abstract** qui résume votre formation en quelques lignes sera aussi précieux pour les communications courtes (réseaux sociaux, newsletters,...). Il doit dire en quelques mots en quoi consiste la formation et à qui elle s'adresse. Idéalement, il répondra à une question pratique que le participant pourra résoudre à l'aide de la formation : « Comment faire pour... ? »



Un canevas « **Comment décrire une formation continue ?** » est disponible sur la plateforme RFC pour vous aider à ne rien oublier ;-)  
<https://rfc.helmo.be/course/view.php?id=29>

Faire *bouger* les lignes...



# Visuels

*Une image vaut mille mots ! Avant d'être lue, votre formation doit aussi accrocher le regard dans l'océan d'informations.*

- **Visuel principal**

Ce visuel servira d'accroche et d'identification de votre FC et sera décliné sur les différents supports. Il est en effet important d'utiliser le même visuel dans chaque communication pour aider à la mémorisation. C'est donc un outil de communication à part entière et il est important d'y réfléchir ensemble.

Ce visuel est produit pour chaque formation en accord avec la charte graphique définie pour toutes les FC.

- **Photos des formateurs**

Pour humaniser la formation auprès du public, montrer à quel formateur on va avoir affaire est un plus. En termes de relations avec le formateur, cela valorise aussi son expertise et permet à la formation continue de bénéficier de son réseau. Il faut bien entendu l'accord du(des) formateur(s) et que les photos soient pertinentes dans le contexte.



Via le répertoire en ligne (<https://www.helmo.be/Outils/Repertoire-unconnected.aspx>), il est possible de retrouver la photo de la plupart des membres du personnel qui ont autorisé HELMo à afficher leur image.

*Faire bouger les lignes...*

# Public cibles et bases de données

- Vers qui allez-vous orienter vos informations ? (votre public cible)
  - Quelles sont les personnes, institutions, groupes, secteurs concernés/cible ?
  - Quelles sont leurs habitudes ? Quels lieux fréquentent-ils ? Quels magazines lisent-ils ? Quels sont leurs réseaux sociaux de prédilection ?
- Quels sont les organismes professionnels qui vous aideraient à diffuser vos informations via leurs propres canaux de diffusion ?
  - Chambre de commerce, ordre des avocats, hôpitaux, fédérations, ...



A HELMo, des bases de données utiles et mises à jours existent déjà auprès de :

- HELMo FC : Bases de données participants et prospects département
- HELMo Alumni : base de données des diplômés
- Les secrétariats des de section : maitre de stage, lecteurs de TFE...

Faire *bouger* les lignes...

# Plan de communication

*En fonction de vos objectifs, besoins et moyens, il est utile de dresser **un plan de communication** spécifique à la formation continue au sein de chaque département.*

Pour dresser celui-ci, HELMo met à votre disposition de nombreux outils pour rendre votre FC visible et attractive. Certains sont gratuits, d'autres nécessitent de prévoir un budget. Certains sont mobilisables rapidement, d'autres nécessitent une planification et un investissement de temps plus conséquents.

- Service RFC
- Coordinateur FC Département

*Faire bouger les lignes...*



# Planning « type »

- **Mai** (au plus tard) : Finalisation du programme de l'année n+1 (catalogue) et construire / actualiser contenus de com
- **Juin** : diffusion du/des catalogue(s) : mise en ligne de chaque formation et mise en page du/des catalogue(s) papier
- **Juin** : communication globale de l'offre FC année +1
- **Août** : communication groupées par dpt des FC qui débutent au quadri 1
- **Août-novembre** : communications individuelles/groupées (j-30 / J-20) en fonction des dates de début de FC et des publics cibles.
- **Décembre** : communication groupées par dpt des FC qui débutent au quadri 2.
- **Janvier-avril** : communications individuelles/groupées (j-30 / J-20) en fonction des dates de début de FC et des publics cibles.

Faire *bouger* les lignes...

# Actions de base

Quoi ?	Comment ?	Point d'attention	Temps	Budget
<p><b>Une page web</b></p> <p>Cette page garantit la présence en ligne de votre formation, les informations détaillées et la possibilité de s'y inscrire.</p> <p>C'est vers cette page que <b>convergeront toutes les communications</b> (« landing page »).</p>	<p>Sur base du canevas « Comment décrire une formation continue ? » le service RFC publie la page en ligne.</p>	<p>Si vous effectuez des changements en cours de route, vérifiez que ces changements soient toujours mis à jour sur cette page.</p>	<p>⌚</p>	<p>Gratuit</p>
<p><b>E-Mailing</b></p> <p>L'email reste un moyen efficace et peut coûteux pour toucher plus personnellement vos cibles en adaptant votre message aux groupes de destinataires. Créez et alimentez une base de données susceptible d'être intéressée par votre FC.</p>	<p>Le service RFC se charge de mettre en forme et d'envoyer les e-mails de masse via ses bases de données (alumni, entreprises, ...)</p> <p>Cet e-mail peut ensuite être transféré à vos contacts / votre réseau.</p>	<p>Si vous transmettez une base de données, veillez à ce que celles-ci soient recueillies dans le respect du RGPD</p>	<p>⌚</p>	<p>Gratuit</p>
<p><b>Réseaux sociaux - contenu (Facebook et LinkedIn)</b></p> <p>Profitez des audiences des pages HELMo. Les posts FB sont publiés sur les pages des instituts, en fonction du public ciblé et profitent ainsi de l'audience propres à chaque page. Les posts LinkedIn sont publiés sur la page HELMo (+15000 abonnés)</p>	<p>Le service RFC se charge de mettre en forme et de publier les posts sur base du canevas ou d'un texte d'accroche.</p>	<p>Partagez ces posts sur vos profils personnels et ceux des formateurs afin d'augmenter encore leur portée.</p>	<p>⌚</p>	<p>Gratuit</p>

Faire *bouger* les lignes...

# Les plus

Quoi ?	Comment ?	Point d'attention	Temps	Budget
<p><b>Réseaux sociaux – Publicité payante (Facebook et LinkedIn)</b></p> <p>Boostez votre contenu via une publicité payante en vous adressant à une audience ciblée différente (ou pas) de celle présente sur les pages HELMo.</p>	<p>Le service RFC se charge de configurer la campagne au départ des pages HELMo. Utile en cas de relance lorsque les posts organiques n'ont pas eu les résultats espérés.</p>	<p>Affinez au mieux votre public cible en fonction des paramètres disponibles sur le réseau social choisi. (min 20€ sur Facebook / min 150 € sur LinkedIn)</p>	⌚	€
<p><b>Catalogue</b></p> <p>Il est possible d'éditer un catalogue papier pour chaque département</p>	<p>Sur base du canevas « Comment décrire une formation continue ? », le service RFC met en forme le contenu et vous invite à une relecture.</p>	<p>Il y a lieu de bien définir à l'avance le nombre à produire et le mode de distribution (envoi postal individuel / groupé ?, quelle base de donnée?)</p>	⌚⌚	€€
<p><b>Affiche</b></p> <p>Utile dans un événement ou un lieu de passage pour attirer l'œil, à condition de les avoir déterminés préalablement et s'être organisé pour l'affichage.</p>	<p>Le service RFC dispose de modèles prêts à l'emploi, facilement éditables.</p>	<p>Organisez la diffusion dans les lieux stratégiques : salles de profs, valves d'entreprises, salles d'attente...</p>	⌚⌚	€
<p><b>Flyer</b></p> <p>Disposez d'un support papier rassemblant les informations les plus percutantes pour un prospect. À distribuer lors de rencontres, de formations, de conférences et autres événements ou à envoyer par la poste.</p>	<p>Le service RFC dispose de modèles prêts à l'emploi, facilement éditables.</p>	<p>Anticipez la distribution de ce support : quantité à produire et modes de distribution (envoi postal individuel / groupé ?, quelle base de données?)</p>	⌚⌚	€

*Faire bouger les lignes...*

# Supports sur-mesure

Quoi ?	Comment ?	Point d'attention	Temps	Budget
<p><b>Production de vidéo</b></p> <p>Le pouvoir d'une courte vidéo professionnelle, d'un témoignage ou d'un storytelling peut donner une dimension plus concrète et professionnelle à votre formation.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Le concept « Témoignages » est facilement mobilisable à moindre frais.</li> <li>Au sein de HELMo, des salles sont également équipées d'un système de podcast (HELMotion) permettant d'enregistrer automatiquement le contenu d'une formation.</li> </ul>	<p>Pour toute autre demande, prévoyez un budget, un délai, un scénario potentiel ainsi que le canal de diffusion.</p>	⌚	€€€
<p><b>Webinaire</b></p> <p>Mettez l'eau à la bouche d'une audience cible pendant un laps de temps défini (un module, une heure ou autre) pour qu'elle décide de payer son inscription à votre formation afin de bénéficier du reste.</p>	<p>Le Service RFC a accès au programme Streamyard et peut vous aider sans la réalisation et la promotion de votre webinaire.</p>	<p>Cette « formation dans la formation » doit s'accompagner elle-même d'un plan de communication spécifique (événement Facebook, mailing, ...)</p>	⌚⌚⌚	€
<p><b>Autres supports (roll-up, brochure, encarts presse ...)</b></p> <p>Sortez des sentiers battus et proposez un support original et créatif.</p>	<p>Prenez contact avec le service RFC qui vous mettra en lien avec la personne adéquate (selon l'explication de votre besoin).</p>	<p>Prévoir un budget, avoir une idée du contenu et des visuels ainsi que des différents canaux et lieux de diffusion.</p>	⌚⌚⌚	à définir

*Faire bouger les lignes...*

# N'oubliez pas votre réseau personnel

*Activer votre propre réseau et celui des formateurs est également fondamental, en particulier sur les réseaux sociaux : une information personnalisée est toujours plus efficace qu'une information de masse !*

## ***Quelques pratiques porteuses :***

- Envoyez un mail personnalisé aux partenaires identifiés afin de jouer sur le réseau relationnel proche
- Partagez les posts sur vos propres réseaux sociaux. Les algorithmes donnent plus de places aux personnes qu'aux institutions.
- Parlez de votre formation à vos collègues et vos contacts professionnels : le bouche à oreille commence par là !
- Rencontrez le public cible lors d'événements

*Faire bouger les lignes...*

# Comment diffuser dans mes réseaux



- Facebook = réseau « mainstream »
- *Thématiques : générales, temps libre, santé, bien-être*
- Type de publication = événement
- Diffusion depuis la page de votre **institut**
  - <https://www.facebook.com/HELMoSocial>
  - <https://www.facebook.com/helmostejulienne>
  - <https://www.facebook.com/HELMoCampusGuillemins>
  - <https://www.facebook.com/helmogramme>
  - <https://www.facebook.com/helmocfel>
  - ...

Faire *bouger* les lignes...



# Comment diffuser dans mes réseaux



HELMO - Gramme  
34 min · 🌐

🌍 Plongez dans l'analyse du cycle de vie pour un avenir plus durable ! 🌱

L'Analyse du Cycle de Vie (ACV) est bien plus qu'une simple évaluation. C'est une approche globale qui vous permet de comprendre les impacts environnementaux d'un produit, d'un service ou d'un système, depuis sa conception jusqu'à sa fin de vie. Imaginez pouvoir analyser la consommation de ressources, les émissions de gaz à effet de serre et la gestion des déchets de manière à prendre des décisions éclairées... En voir plus

FORMATIOn  
CONTINUE !

**Analyse du Cycle de Vie**  
*(formation approfondie)*

HELMO  
Haute Ecole  
Libre Mosane

MAR, 17 SEPT. À 13:15  
FormatiOn Continue : **Life cycle assessment**  
HELMo Campus De L'ourthe  
1 participant

📣 Boostez cette publication pour toucher jusqu'à 4512 personnes en plus en dépensant 35 €.

🌟 Intéressé(e) ▾

👤 Nicolas Charlier 1 commentaire

👍 J'adore    💬 Commenter    📧 Envoyer    ➦ Partager

Par ordre d'efficacité :

1. Cliquer sur « **intéressé** »
2. **Partager** sur son mur en contextualisant
3. **Commenter** et **taguer** des personnes (@nom)
4. **Adorer, soutenir, détester...** le post car émotion est valorisée
5. **Liker** le post

Faire *bouger* les lignes...

# Comment diffuser une FC dans mes réseaux



The screenshot shows a Facebook event page. At the top left is the Facebook logo. The event title is 'Analyse du Cycle de Vie (formation approfondie)' with a red outline around the text. The date and time are 'MARDI 17 SEPTEMBRE 2024 À 13:15'. The location is 'HELMo Campus De L'ourthe'. At the bottom, there are three buttons: 'À propos', 'Intéressé(e)', and 'Inviter'. The 'Inviter' button is circled in red.

- **Inviter** les personnes de votre entourage qui seraient susceptibles d'être intéressées.
- NB : Pour des usages répétés, il est possible de faire une liste « professionnelle » parmi vos amis, via le menu « Amis / Listes personnalisées / Créer »

Faire *bouger* les lignes...

# Comment diffuser une FC dans mes réseaux



- LinkedIn = réseau professionnel
- *Thématiques : emploi, business, technologie...*
- Type de publication = post / événement
- Sur la page **HELMo**  
<https://www.linkedin.com/company/helmo>

NB : Sur cette page, tous les diplômés de HELMo qui s'inscrivent sur LinkedIn sont automatiquement affiliés

> + de 20000 abonnés

Faire *bouger* les lignes...

# Comment diffuser une FC dans mes réseaux



The screenshot shows a LinkedIn event post from HELMo Haute Ecole Libre Mosane. The event is titled 'Reussir ses vidéos pour les réseaux sociaux' and is scheduled for March 3rd from 18:00 to 21:00 CEST in Luik, BE. The post includes a description: 'FormatiOn Continue : Réussir ses vidéos pour les réseaux sociaux'. It shows 3 participants and 2 comments. One comment from Nicolas Charlier says 'Oscar Leclère Bienvenue dans l'équipe ;-)'. Another comment from Oscar Leclère says '1er' with a fire, rocket, and champagne glass emoji.

Par ordre d'efficacité\* :

1. **Recréer le post** et le personnaliser sur son mur
2. **Commenter et Taguer des personnes**
3. **Partager** et contextualiser
4. **Partager** sans contexte
5. **Adorer, soutenir, détester...** le post car émotion est valorisée
6. **Liker** le post

\* Source : Xavier Degraux, Intervention à Digitalize 2023

Faire *bouger* les lignes...

# Vidéos témoignages



<https://vimeo.com/844200260>



<https://vimeo.com/837542893>

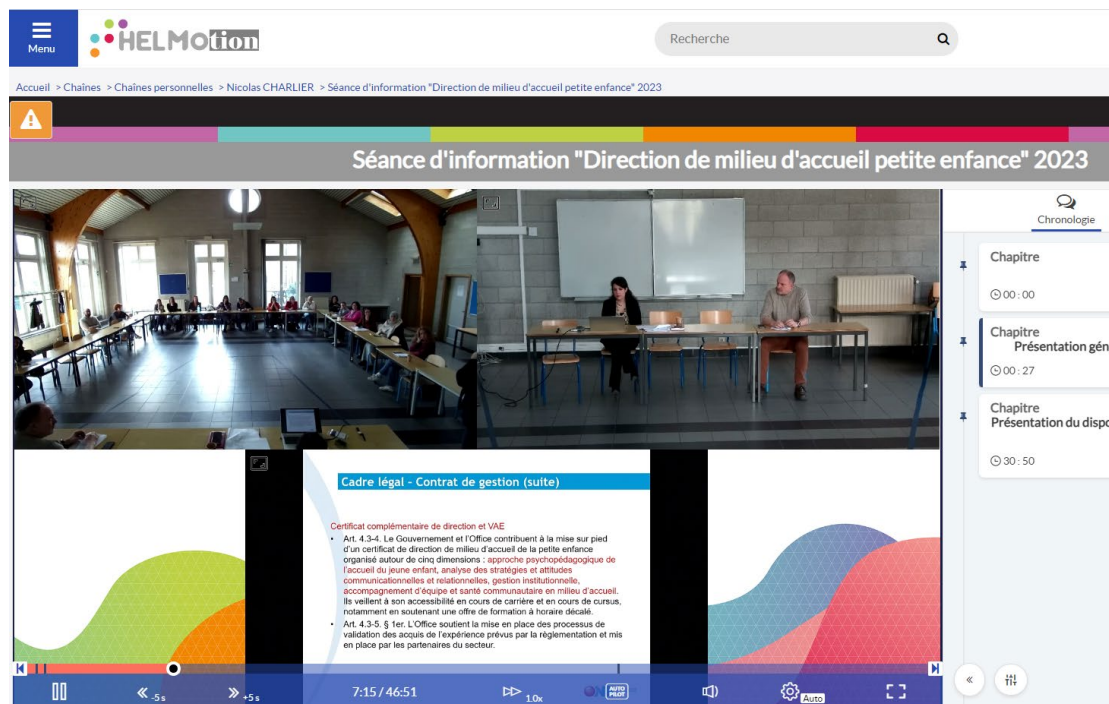
En 2023, un format de vidéo a été construit de manière à pouvoir être mobilisé rapidement à moindre frais.

- Format court servant de support promotionnel destiné aux réseaux sociaux (FB, LI + Insta) et au site web.
- Objectif = présenter des témoignages de participants, de manière à permettre l'identification des futurs participants, dans une communication authentique.
- Indiqué pour des formations destinées à être reproduites.
- Tournage à prévoir en fin de formation, de préférence lors d'une de séances

Faire *bouger* les lignes...



# Podcast



<https://helimotion.ubicast.tv/videos/seance-dinformation-direction-de-milieu-daccueil-petite-enfance-2023/>

- **Lorsqu'on veut** garder une trace du **contenu** d'une formation, il est techniquement possible d'enregistrer les cours via le système de podcast « HELMOTION ».
- **Avantages**
  - Gratuit
  - Facile à mettre en œuvre (enregistrement automatisé)
  - Le spectateur peut à tout moment choisir entre trois vues (orateur, écran de projection (PPT) , participants)
- **Contraintes**
  - Disponibilité et adéquation du local équipé
  - Mieux adapté au contenu « ex cathedra »
  - Sujet « non touchy » : pas de questions personnelles, confidentielles ou sensibles
  - Accord nécessaire du formateur et des participants
  - Diffusion en général réservée aux seuls participants
  - Pas de montage et rendu de qualité « brute »

Faire *bouger* les lignes...



# Webinaire



<https://www.youtube.com/watch?v=aPRqUXFZnlc>

- Mettez l'eau à la bouche d'une audience cible pendant un laps de temps court (une heure max) afin d'introduire, par exemple une thématique de votre formation continue
- Accompagnement du service RFC via Streamyard
  - Habillage et transitions sympa
  - Permet l'interaction via chat
  - Permet une diffusion en direct sur Facebook, Youtube ou d'autres plateformes

Faire *bouger* les lignes...