

CATALOGUE

2025



**LES
BRANCHÉES**

SOMMAIRE



4

FORMATIONS

Définir sa stratégie de communication - 5
Communiquer sans les réseaux sociaux - 6
Rédiger et délivrer un pitch efficace - 7
Définir son identité visuelle - 8
Améliorer ses photos au smartphone - 9
Rédiger efficacement sur ses canaux de com' - 10
Site web : architecture et contenus - 11
Mailings & newsletters - 12
Réseauter sur LinkedIn - 13
Pinterest comme outil de visibilité - 14

15

CONSEIL

Audit - 16
Accompagnement stratégique - 17

18

PHOTO

Portraits & événements - 19
Lieux et créations - 20

21

CLIENTS

22

QUI SONT LES BRANCHÉES ?

23

CONTACT

COUCOU.

Voilà maintenant près de 10 ans que l'idée des Branchées est née. Toutes deux passionnées par la communication sous toutes ses formes, nous souhaitons transmettre cette passion avec vous qui avez un projet et une communication à développer, organiser ou repenser.

Nos formations font l'objet d'une préparation sur-mesure, afin de coller au plus près à vos attentes. Notre approche ? Décontractée et chaleureuse. Nous avons à cœur de vous concocter des formations adaptées à vos réalités. Porteur·se·s de projets, chargé·e·s de communication, responsables d'associations, membres de structures socio-culturelles...: bienvenue chez nous !

Dans nos formations, nous transmettons des concepts théoriques enrichis par notre pratique de terrain et valorisons les échanges entre participant·e·s.

Nous proposons également du conseil stratégique, de l'accompagnement et de la création de contenu (texte & photo) pour vos supports de communication. Choisissez la formule qui vous convient le mieux !

Nous nous réjouissons de collaborer avec vous ♥

Emilie & Solange.





FORMATIONS.

De quelques heures à quelques jours, nos formations sont pensées sur un format court, avec ou sans mise en pratique par les participant·e·s, selon vos possibilités. Faites-nous part de vos besoins et nous discuterons ensemble de la durée adéquate !

Le contenu de ce catalogue est modulable : parcours de plusieurs jours, focus sur certains points de l'une des formations ou même combinaison de formations et de sessions de travail autour de votre stratégie... Contactez-nous pour une offre sur mesure !

DÉFINIR SA STRATÉGIE DE COMMUNICATION

Communiquer autour de son projet est indispensable. Mais quelle stratégie adopter ? Comment transmettre ses valeurs sur les différents canaux de communication ? Quel ton adopter ? Comment connaître son public-cible ? Quels objectifs se fixer, et comment mesurer les résultats ? Quelles sont les priorités ? Ces questions doivent être explorées afin de bâtir votre communication sur des fondations solides.



Au programme :

- Éléments de la stratégie de communication: émetteur, public-cible et environnement concurrentiel
- Construction de l'image de marque et définition de la proposition de valeur
- Définition des objectifs de la stratégie de communication et mesure des résultats
- Conseils et techniques pour optimiser le retour sur investissement de la stratégie de communication, tant en termes de temps de travail que de moyens

COMMUNIQUER SANS LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les algorithmes sont de plus en plus exigeants, les formats de plus en plus changeants. Et nous ? De plus en plus fatigués, surmenés par ces outils de communication dont nous sommes parfois devenus esclaves. Comment communiquer autour de son travail, de son projet ou de son organisation sans passer (uniquement) par les réseaux sociaux ? En écho à l'actualité nauséabonde sur certaines de ces plateformes, nous vous proposons de réfléchir ensemble à une communication hors des sentiers battus : réseaux sociaux "vitrines", mailings & newsletters réguliers, site web efficace, flyers et affiches, communication événementielle...



Au programme :

- Rappel : les bases de la communication (public-cible, parcours clients, stratégie de communication, etc.).
- Un site web efficace : mode d'emploi
- Le principe des comptes "vitrines" sur les réseaux sociaux + exemples et mise en pratique
- Les mailings & newsletters pour toucher directement son public et rester maître de sa communication
- Communication offline (flyers, affiches, cartes postales...)
- Éléments de visibilité locale
- Mise en pratique : élaboration d'une stratégie de com' éthique

RÉDIGER ET DÉLIVRER UN PITCH EFFICACE

Parler de soi ou de son projet en une, trois ou dix minutes, c'est un défi ! Transmettre sa passion, expliquer ce qui nous a poussé à nous lancer, donner envie aux gens d'aller plus loin... Le pitch, ce petit argumentaire de présentation, est un élément indispensable de la stratégie de communication des porteur·se·s de projet et des organisations. Durant cette formation, vous vous exercerez à présenter votre pitch en public, en analysant tant le fond de votre discours que votre manière de le délivrer.



Au programme :

- Présentation des différents types de pitches
- Analyse de pitches sur la forme et le fond
- Préparation de la rédaction du pitch: mots-clés, valeurs, storytelling, public-cible
- Rédaction d'un pitch structuré
- Éléments de communication non-verbale et présence en public (techniques de respiration, positionnement, diction, etc.)
- Livraison commentée du pitch avec possibilité pour les participant·e·s d'être filmé·e·s

DÉFINIR SON IDENTITÉ VISUELLE

Lancer un projet professionnel nécessite la plupart du temps de passer par l'étape de définition d'une identité visuelle. Le logo doit être lisible et transmettre les valeurs ou propositions de valeur prioritaires, tandis que les couleurs et typographies placées sur les différents supports de communication (de la carte de visite au site web) constituent un fil rouge visuel et une cohérence dans la communication. Par où commencer ? Quelles réflexions mener pour aboutir à une identité visuelle cohérente ? Et quelles solutions sont possibles pour mettre tout cela en place ? Dans cette formation, nous entamons ces démarches avec vous !



Au programme :

- Définition et objectifs: à quoi sert une bonne identité visuelle ?
- Rappel du positionnement, des valeurs et des publics pour définir une identité impactante + analyse d'exemples
- Éléments d'une identité visuelle : logo, couleurs, typographie, photos - détails des bonnes pratiques et tendances pour ces différents éléments
- Options pour définir son identité: des outils gratuits aux prestataires professionnels
- Exercice pratique de collecte d'inspirations et création d'un moodboard pour la définition de son identité visuelle

AMÉLIORER SES PHOTOS AU SMARTPHONE

Produire de belles images de vos produits ou services rapidement est devenu primordial dans votre communication, en particulier avec l'essor des réseaux sociaux. Comment faire pour composer une photo qui mettra en valeur votre produit ? Quelles sont les règles à connaître, mais aussi les astuces pour créer un univers cohérent et en accord avec votre marque ? Durant cette formation, vous apprendrez à maîtriser l'appareil photo de votre smartphone pour faire des photos de qualité adaptées à votre communication.



Au programme :

- Les bases de la photographie
- La photographie de smartphone
- Les applications de retouche
- Principes du stylisme photo
- Les tendances actuelles
- Constituer une banque d'images en accord avec votre marque
- Exercices pratiques de composition, prise de vues avec smartphone et retouches

RÉDIGER EFFICACEMENT SUR SES CANAUX DE COM'

Écrire un post LinkedIn, un texte de présentation sur un site web, un objet pour sa newsletter... La rédaction adaptée aux canaux est une science, ou presque ! Quel ton adopter ? Mieux vaut-il faire court ou long ? Comment transmettre ses valeurs en quelques mots ? Comment peut-on intéresser sa communauté et la pousser à agir ? Lors de notre formation, nous analyserons ensemble les meilleures techniques de rédaction adaptées à vos plateformes.

Au programme :

- Règles de rédaction web
- Techniques de rédaction propres aux canaux numériques
- La ligne éditoriale: trouver son style et déterminer ses mots-clés
- Techniques d'engagement et appels à l'action
- (Contre-)exemples de copywriting



SITE WEB : ARCHITECTURE ET CONTENUS

Créer un site web pour promouvoir ses produits ou services peut vite se transformer en casse-tête : faut-il faire appel à un-e professionnel-le ou peut-on se lancer seule ? Quels sont les éléments indispensables pour démarrer ? Combien ça coûte ? Avant d'acheter votre nom de domaine et d'encoder vos contenus en ligne, il est notamment important d'avoir une idée claire de l'architecture de votre site web et de réaliser une analyse des sites de vos concurrent-e-s. À l'issue de cette formation, qui alterne approche théorique et exercices, vous serez en mesure de déterminer le contenu, l'architecture, le ton et le style de votre futur site web et de l'intégrer dans votre stratégie de communication. Vous aurez également les cartes en mains pour rédiger un cahier des charges pour un-e éventuelle prestataire externe.

Au programme :

- Définitions des termes-clés autour de la création de sites web
- Intégration du site web dans la stratégie de communication
- Contenus indispensables pour démarrer votre site web
- Les éléments d'architecture d'un site web
- Le référencement: trucs et astuces
- Promotion de votre site web
- Cas pratiques, exemples et contre-exemples



MAILINGS & NEWSLETTERS

Parfois considérée comme obsolète, la communication par mail fait son retour en force. Outils de communication indispensables, mailings et newsletters vous permettent de créer et de maintenir une relation de confiance avec votre public. Parmi les différents outils existants, nous avons choisi de travailler avec Mailchimp : très utilisé et gratuit jusqu'à 500 contacts, il permet de créer des envois efficaces et attrayants en quelques clics ! Pas besoin de connaître le code HTML ou d'avoir une formation de graphiste : Mailchimp est super intuitif. En plus de vous permettre d'envoyer rapidement de beaux mailings ou newsletters, cet outil vous propose aussi de gérer vos listes de contacts, ce qui constitue la pierre angulaire d'une stratégie de communication par mail.

Au programme :

- Création et gestion de listes de contacts
- Définition du ton et de la fréquence des envois
- Intégration de la newsletter ou des mailings dans la stratégie de communication
- Création et envoi de mailings/newsletters via Mailchimp : mise en page, rédaction, tests...
- Création de templates
- Analyse des statistiques
- Trucs et astuces : utilisation de Canva pour créer des illustrations, intégration de Mailchimp à son site internet...



RÉSEAUTER SUR LINKEDIN

Bien plus qu'une simple plateforme de stockage de CV, LinkedIn est un outil de réseautage puissant et une véritable vitrine pour les entreprises et les entrepreneur·se·s. Comment y créer un CV efficace ? Qui ajouter à son réseau ? Comment chercher un emploi sur LinkedIn ? Que poster ? En tant qu'entreprise ou porteur·se de projet, comment paramétrer une page attrayante ? Les réponses à ces questions vous permettront de gérer efficacement votre communication sur ce réseau social professionnel.

Programme :

- Découverte des spécificités techniques du réseau et de son public-cible
- Panorama des techniques de recherche d'emploi via LinkedIn
- Création de la vitrine virtuelle de l'entreprise/la marque sur LinkedIn
- Panorama des types de contenus à publier (articles, liens, etc.)
- Élaboration d'un CV-type sur LinkedIn et optimisation du référencement



PINTEREST COMME OUTIL DE VISIBILITÉ

Au-delà d'un réseau social, Pinterest est avant tout un outil puissant de recherche visuelle. Bien utilisé, ce moteur de recherche peut vous apporter d'énormes opportunités en termes de visibilité et de référencement. Mais comment construire un compte attractif et bien organisé, qui pourra mettre en valeur votre style et identité visuelle et générer de la visibilité vers votre site, e-shop ou blog ?

Programme :

- Présentation de Pinterest: quel public ? Quelles fonctionnalités ? Quels objectifs ?
- Organisation de ses tableaux de manière optimale
- La construction de votre identité visuelle sur Pinterest
- Pinterest comme générateur de trafic vers son site internet
- La recette d'une bonne épingle
- Pinterest comme outil de travail
- Le compte professionnel





CONSEIL.

Vous avez déjà participé à l'une de nos formations et vous avez envie d'un suivi personnalisé ? Votre communication est déjà bien rodée mais vous avez besoin d'un regard neuf ? Vous préférez nous exposer vos idées en tête-à-tête avant de vous lancer ? Nous proposons des sessions d'accompagnement stratégique, ainsi que la réalisation d'un audit de votre écosystème de communication.



AUDIT

L'audit, un rapport détaillé pour optimiser votre communication ou entamer un travail d'accompagnement stratégique.

Composition du document:

- Définition ou rappel des objectifs de communication et des publics-cibles
- État des lieux de la stratégie actuelle
- Analyse de la visibilité générale du projet
- Analyse critique des outils de communication exploités : site web, réseaux sociaux, newsletters, flyers, etc.
- Analyse des statistiques (si disponibles)
- Recommandations pour une optimisation de la stratégie et de l'exploitation des outils de communication
- Pistes créatives pour aller plus loin

La livraison du rapport est suivie d'un rendez-vous de débriefing.



ACCOMPAGNEMENT STRATÉGIQUE

Vos outils de communication sont en place, mais vous souhaitez optimiser leur potentiel ? Vous avez besoin d'un soutien pour développer une stratégie de communication efficace, en accord avec vos valeurs et adressée à votre public-cible ? Nous vous proposons une première réunion pour définir vos objectifs de communication et les ressources à votre disposition. Sur ces bases, nous mettons au point une proposition de plan de communication avec liste d'actions concrètes à mettre en place, avec possibilité de suivi à court, moyen et long termes sur les résultats obtenus et les éventuels ajustements.

Lors d'un accompagnement stratégique, nous vous donnons accès aux ressources de notre bibliothèque de formations.

Exemples de livrables

- Document définissant vos valeurs, publics-cibles, messages-clés
- Plan de com' pour le lancement de votre projet, l'organisation d'un événement ou les mois à venir
- Suggestions de piliers de contenus pour vos canaux de com'



PHOTO.

Au sein de notre duo, il y a Emilie, passionnée de photo qui n'attend qu'une chose : tirer votre portrait ou celui de vos équipes, photographier vos événements ou vos produits. Privilégiant la photographie naturelle et créative, Emilie prend plaisir à réaliser des portraits d'entrepreneuses, des reportages lors de vernissages, photographier des lieux touristiques bruxellois, ou encore créer des mises en scène pour la promotion d'événements à Bruxelles.

Portraits



*Portraits d'entrepreneuses réalisées
pour hub.brussels*

Événements & vernissages



*Reportages photo
pour l'exposition Matteredgy,
pour l'ISELP et pour
les Halles Saint-Géry*



Lieux



*Photographies pour l'Hôtel van Eetvelde
et pour les Halles Saint-Géry*



Produits & créations



*Création d'ambiance photo
pour le Sablon Design Market*

Quelques exemples de ce que vous pouvez attendre de nous:

- Reportage photo de vos événements et vernissages
- Reportage photo d'exposition et de lieux d'expo
- Reportage photo de votre commerce ou de votre atelier
- Portraits environnementaux, équipes
- Mise en scène et shooting photo de vos produits et créations, en accord avec votre identité visuelle

PARMI NOS CLIENT·E·S



QUI SONT LES BRANCHÉES ?



Solange De Mesmaeker
solange@lesbranchees.be

Titulaire d'un diplôme de journalisme obtenu à l'IHECS en 2013, Solange a été chargée de communication pour diverses structures des secteurs associatif, culturel et de l'économie sociale. Passionnée par l'utilisation des nouveaux médias, elle a plongé dans l'univers des réseaux sociaux, et newsletters lors de leur émergence. Désireuse d'apporter une vision stratégique et critique sur l'utilisation de ces canaux, elle enseigne aujourd'hui la communication numérique en Master 1 à l'IHECS.



Emilie Danel
emilie@lesbranchees.be

Active pendant des années dans le secteur associatif, en communication et gestion de projet, Emilie a ensuite bifurqué vers l'accompagnement des entrepreneur·se·s, tout en explorant l'univers des outils numériques à travers le blogging et les réseaux sociaux, autour de centres d'intérêt comme le design et la créativité. Diplômée en Sciences Sociales, elle est aussi photographe autodidacte, avec une prédilection pour les couleurs et la photo de rue.

À BIENTÔT !



www.lesbranchees.be

coucou@lesbranchees.be

**LES
BRANCHÉES**