



Brandbook

Guide pour une
utilisation cohérente
de l'identité de
marque de Cefora





Voici Cefora

Former les employés et les demandeurs d'emploi aux métiers de l'avenir, telle est la mission de Cefora.

Notre devise :

Apprendre et grandir ensemble.

Nous pensons que les personnes qui suivent des formations grandissent réellement. Elles sont plus performantes, développent des talents qui les aident à avancer et s'épanouissent davantage dans leur travail. En outre, elles se préparent ainsi à un avenir, et à un marché du travail, que la numérisation va bouleverser radicalement. Avec des métiers qui n'existent pas encore.





Voici notre brandbook

Ce guide d'utilisation de la marque, ou « brandbook », est issu de l'état d'esprit et de la philosophie de Cefora. Après trente ans, Cefora est plus fort que jamais. Et nous comptons bien fêter encore trois fois trente ans... Au moins. Et cette réussite suppose une marque forte.

Pour créer une marque forte, il faut faire preuve de **cohérence** : dans l'image et dans le discours. Dans les espaces blancs, les points ou les virgules. Ou les points-virgules. Tout est une question de **détails**.

Vous travaillez pour ou au sein de Cefora ? Parfait ! Voici votre mission : lisez attentivement ce guide. Et faites bien attention aux détails, ce sont eux qui font ce que nous sommes. Prenez donc ce guide à cœur, et prenez soin de notre marque.

Ce brandbook est aussi une invitation. Plongez-vous dans les choses à faire et à éviter, entre notre orange vibrant et notre violet apaisant, entre le côté accessible de la police Roboto et le punch du Quicksand Bold. Laissez-vous inspirer par les nombreux exemples.

Ce brandbook possède aussi son homologue numérique. Vous pouvez y télécharger tous les logos ainsi que la dernière version du modèle PowerPoint, les photos et les trames HTML et CSS de toutes les composantes web, par exemple.

Mettez cette adresse dans vos favoris :
www.cefora.be/charte graphique

Vous avez des questions ? Alors, envoyez un mail à notre équipe marketing : branding@cefora.be. Elle se fera un plaisir de vous aider.

Merci !

Stéphane Verbrugge, head of marketing, et l'ensemble de l'équipe marketing

Logo, slogan & nom

» Utilisez notre logo de cette façon. Vous nous présenterez ainsi sous notre meilleur jour.

Logo

Utilisation des couleurs

Il convient de toujours respecter la couleur et la police du logo Cefora.



police logo :

ALTERNATE GOTHIC VARIANTE N°2 (*)

police slogan :

Quicksand

Utilisez ces codes de couleur précis.

N'utilisez jamais d'autres couleurs que le violet foncé pour le logo et l'orange en couleur d'accompagnement.



Pantone
PMS 274



Pantone
PMS 151

CMYK
C100
M100
Y7
K38

CMYK
C0
M64
Y100
K0

RGB
R31
G20
B93

RGB
R255
G121
B0

Hex
#1F145D

Hex
#FF7900

Si l'impression ne permet pas le violet foncé, utilisez le logo en 90 % noir.

(*) La police Alternate Gothic a servi de base pour CEFORA, mais les lettres ont été modifiées (coins arrondis). Ces lettres sont uniquement disponibles au format vectoriel.



Noir et blanc
90 % noir

RGB
R60
G60
B59

Hex
#3C3C3B



Een opleiding
maakt het
verschil

Ontdek de opleidingen
waarop je in 2020 recht hebt



CE VO
FORA 

Logo, slogan & nom

Logo

Taille

Veillez à ce que le logo et le slogan soient toujours bien lisibles.

La taille usuelle du logo en en-tête est celle-ci :

Il s'agit du logo standard.



La taille minimale du logo est celle-ci :



Le texte est plus long sur le logo au slogan FR, mais le logo Cefora (surface violette) doit avoir au moins 25 mm de large.

La taille de corps du slogan ne peut jamais être inférieure à 7 pt.



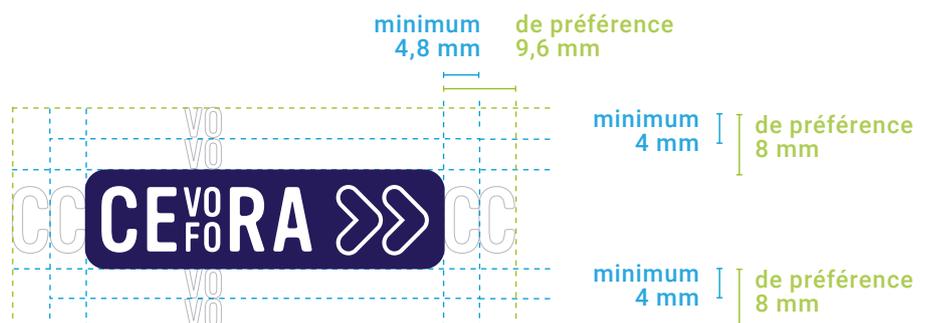
Aucune taille maximale n'a été déterminée pour le logo. Il convient toutefois de toujours l'agrandir de manière proportionnelle.

Pour l'impression en grand format, d'autres règles sont d'application et le poids des lettres doit encore être modifié. Consultez un spécialiste.



Espace blanc autour du logo

Placez toujours le logo à une distance suffisante des autres éléments graphiques.





Apprendre et grandir ensemble

www.cefora.be

Logo, slogan & nom

Logo : variantes

Il existe 5 versions différentes :

- 1 Logo avec flèches slogan NL + FR prenant toute la largeur sous le logo



Samen leren en groeien
Apprendre et grandir ensemble



Situation standard, présentation générale : utilisez le logo 1

- 2 Logo avec flèches slogan FR centré sous le logo



Apprendre et grandir ensemble



Logo unilingue français - groupe-cible exclusivement FR :
utilisez le logo 2

- 3 Logo avec flèches slogan NL prenant toute la largeur sous le logo



Samen leren en groeien



Logo unilingue néerlandais - groupe-cible exclusivement NL :
utilisez le logo 3

- 4 Logo avec flèches sans slogan



Focalisation sur le nom et la marque uniquement : utilisez le logo 4



Cevora helpt je voor te bereiden op de beroepen van morgen, die bedrijven nodig hebben om veerkrachtig te blijven. Hoe? Dankzij leerervaringen/opleidingen waarbij je talenten ontwikkelt die je echt vooruithelpen.

1 op de 4 bedienden in België kunnen van onze service genieten. Want onze focus ligt op de niet minder dan 55.000 bedrijven en 440.000 bedienden verbonden aan het paritair comité 200 – zij financieren onze werking.

Cevora vzw
Silver Building Blok A - Auguste Reyerslaan 70 - 1050 Brussel
Tel. 0800 59 222 - contact@cevora.be

www.cevora.be



Cevora vzw wordt paritair beheerd door de sociale partners van het APGB: ACLVB-COSL.B, BETY-SETCO, LBC-NVK, CNE, VBC-FEB en de hierbij aangesloten federaties UNIZO en UCM.
Cevora vzw - V.U. - Olliver Lathieret, E. Pilsaertlaan 144 - 1030 Brussel - 20190503 - 7 15 MW



opleidingscentrum
uitgebreid aanbod
snelle inschrijving
meteen toepasbaar
gratis
kwaliteit



Logo, slogan & nom

Logo : variantes

5 Logo sans flèches sans slogan

CE^{VO}FO^{RA}

- En cas de rappel du logo (ex. ppt/word) pour souligner uniquement le nom Cefora
- En couverture d'une brochure (en combinaison avec le logo avec slogan version 1 sur la couverture arrière) :

utilisez le logo 5

Logo sur un fond sombre ou coloré

En général, tous les logos (dans toutes les versions) possèdent un bord blanc. Il n'est évidemment pas visible sur fond blanc, mais il est bien là.

L'épaisseur de cette ligne de contour est fixée à 1,25 pt. Cette ligne ne peut donc pas être plus épaisse.

Lorsqu'une variante du logo avec slogan est utilisée sur un fond foncé, il convient d'utiliser une version adaptée avec texte blanc au lieu du texte violet et/ou orange.



logo avec slogan sur fond foncé



Vond je een job?

Je vond een job? Proficiatt! Op dat moment Stel dat je, binnen een periode van drie maanden, het programma verder zetten daar waar je stopte. De begeleiding eindigt sowieso wanneer het programma, verstreken is.

Welke documenten outplacementbeg

- >> Urenregistratietabel: tabel voor de outplacementcoach.
- >> Registratietabel opleiding: hier aan of je graag wilt werken. Je tekent de tabel.
- >> Evaluatieformulier: vul dit in naar het online platform. Ook dan bezorgd.
- >> Opvolgingsformulier: vul dit in voor jou een o...



Logo, slogan & nom

Logo : à ne pas faire

Ne déformez **pas** le logo

Modifiez toujours la taille du logo de manière proportionnelle. Ne le rendez pas plus large ni plus étroit.



Utilisation de couleurs non admises pour le logo

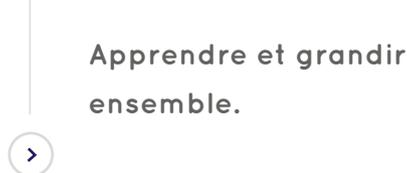
N'utilisez jamais d'autres couleurs pour le logo.



Slogan

Au format texte, uniquement de cette façon :

Utilisez de préférence la police Quicksand.



Et pas

Apprendre et grandir ensemble !
aapprendre et grandir ensemble.
APPRENDRE et grandir ensemble.

Nom

Utilisez le nom dans un titre (sans logo) dans la police Quicksand.

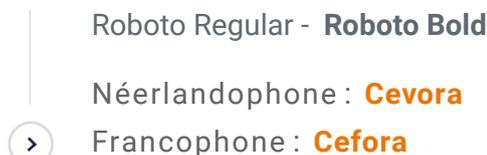
Ecrivez le nom avec une seule majuscule, sur le C de Cefora.

Dans un texte continu, la police peut rester la même, à savoir le texte **Roboto**.



Et pas

GeFoRa ni CEVORA.



Waar gaat het over: onze WERKGELUK event op 21-09?

Deuren veldingen - deuren@cefora.net
vrijdag 19 september 2020 18:29
via: Outlook / Outlook

Jouw mening telt! Zie je enkel tekst, zonder a/boutdragen? Klik hier! [Version en Franpaik](#)



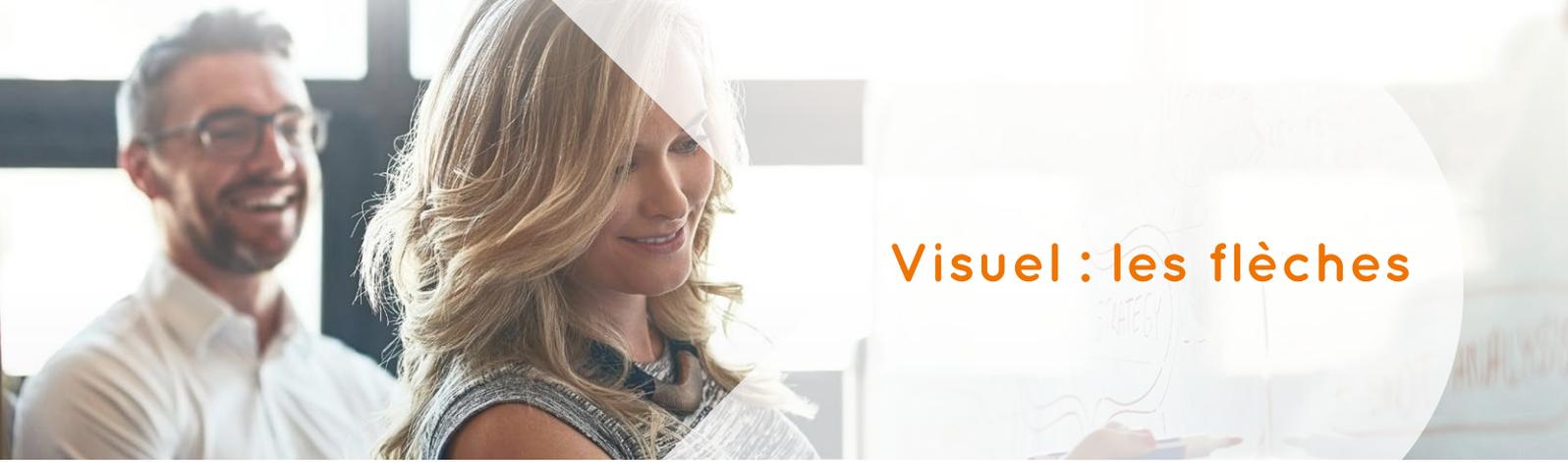
Hallo

Je nam op 21 september deel aan de online kick off van de Week van het Werkgeluk.
Bedankt voor je deelname!

De Deuren vinden we jouw mening belangrijk en zijn we nieuwsgierig naar wat je ervan vond.
Daarom willen we je vragen om via onderstaande link enkele antwoorden in te vullen.

[Ga naar het evaluatieformulier](#)

Wilt je dit niet doen? We hebben het formulier al betaald voor alle bezoekers kunnen volgen?
Dan is er geen probleem, via onderstaande link kun je de deelnemers van dit van onze sprekers herbekijken.



Visuel : les flèches

» Nos flèches indiquent que nos clients grandissent. Voici comment nous les aimons.

Visuel : les flèches

Ces flèches viennent compléter l'image de la marque.

Elles illustrent le « croissance » qu'évoque notre slogan « Apprendre et grandir ensemble ».

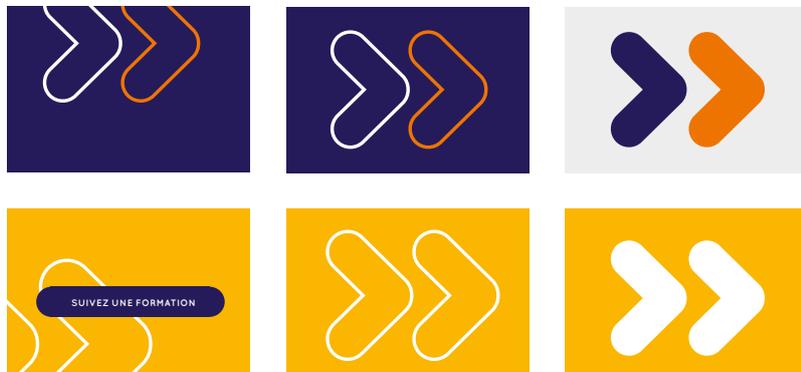
Les deux couleurs représentent nos deux principaux groupes-cibles : les employeurs et les (futurs) employés de la commission paritaire 200.

Utilisez-les pour les accents visuels, petits ou grands.

Comme tirets ou comme éléments graphiques dans le format de composition, elles peuvent être utilisées en orange, violet ou blanc, pleines ou uniquement en contour.



> Vous pouvez y faire apparaître une image.



> Les flèches peuvent être visibles entièrement ou partiellement.



> Vous pouvez aussi les placer sur une photo.



Visuel : les flèches

Visuel : les flèches

Elles peuvent être utilisées par deux (dans ce cas toujours une violette et une orange).



Jamais trois flèches ou plus côte à côte.

Les flèches isolées peuvent aussi servir à mettre des thèmes en évidence dans les couleurs complémentaires ou en blanc sur fond foncé.



Une flèche isolée peut aussi servir d'élément graphique.



Flèche isolée dans l'une des couleurs secondaires pour indiquer un thème.



Flèche isolée blanche pour mettre un titre en évidence.

La forme de la flèche peut aussi être utilisée pour y insérer une photo.



Quelles formations suivre en 2019 ?

Peu importe le secteur dans lequel évolue votre entreprise ou les fonctions de vos collaborateurs, le Cefora vous offre des formations de haute qualité, dans des domaines spécifiques comme dans des thématiques plus larges.

Par où commencer ?
Voici un guide de nos formations qui devrait vous aider... Bonnes formations !

People management & RH

Recrutez les bonnes personnes, aidez-les à développer leur potentiel.

Informatique

Nos formations s'adressent à tout utilisateur qui veut améliorer ses compétences digitales et ses connaissances des programmes Microsoft Office. Nous proposons également des formations techniques pour les professionnels de l'IT.

Bien-être

Apprenez à gérer le stress, à vous sentir bien dans votre corps et optimisez l'ergonomie sur votre lieu de travail.

Gestion d'entreprise

Optimisez les changements, les projets, les processus et l'innovation au sein de votre entreprise.

Marketing, communication & vente

Positionnez vos produits sur le marché, communiquez de manière ciblée et vendez plus.

Fonctionner pro

Faites le plein de conseils pour vos présentations et votre

Formations spécifiques à un

Agences de publicité, imprimeries et médias
Auto-école • Bois et meuble • Construction
• Contact centers • Intérim • Location de voirie
Titres-services • Tourisme • Verre.

Service de soutien

Des formations spécifiques aux domaines de l'office & factoring, du management, de l'administration, des finances et de la logistique.

Vous êtes responsable RH ou gérant d'entreprise ?

Découvrez tous les services et avantages que le Cefora vous réserve en page 24 !



Palette de couleurs

>> Ces couleurs nous vont bien.

Couleurs de base

Utilisation des couleurs

L'identité de Cefora se fonde sur trois couleurs principales sur fond blanc. Le noir vient s'y ajouter pour le texte continu.



Pantone
PMS 274

CMYK
C100
M100
Y7
K38

RGB
R31
G20
B93

Hex
#1F145D



Pantone
PMS 151

CMYK
C0
M64
Y100
K0

RGB
R255
G121
B0

Hex
#FF7900



Pantone
Cool gray 10

CMYK
C40
M30
Y20
K60

RGB
R97
G99
B101

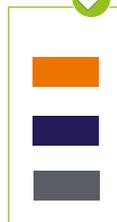
Hex
#616365

Pas de dégradés

Utilisez uniquement les couleurs avec une opacité de 100 %. Les dégradés ne sont pas autorisés.



OK ✓



non autorisé ✗





#BeOpen

Laat Superman spelen over aan
Clark Kent.

Deel je fouten en leer eruit.
Da's ... super, man!

MA	DI	WO	DO	VR	ZA	ZO
5	6	7	7	2	3	4
12	13	14	8	9	10	11
19	20	21	15	16	17	18
26	27	28	22	23	24	25
		29	30	31		

Palette de couleurs

Couleurs supplémentaires

Ces dix couleurs secondaires sont compatibles avec la palette de base.

	Monza Pantone PMS 207	CMYK C5 M100 Y45 K22	RGB R167 G2 B64	Hex #A70240
	Rose Pantone PMS 219	CMYK C1 M92 Y1 K0	RGB R215 G31 B133	Hex #D71F85
	London hue Pantone PMS 2645	CMYK C40 M45 Y0 K0	RGB R172 G152 B219	Hex #AC98DB
	Cobalt Pantone PMS 2746	CMYK C87 M81 Y0 K0	RGB R67 G67 B148	Hex #434294
	Cerulean Pantone PMS 279	CMYK C68 M34 Y0 K0	RGB R75 G146 B219	Hex #4B92DB
	Bondi blue Pantone PMS 7459	CMYK C79 M20 Y30 K4	RGB R3 G149 B168	Hex #0094A8
	Powder blue Pantone PMS 304	CMYK C35 M0 Y6 K0	RGB R161 G222 B233	Hex #A1DEE9
	Gimblet Pantone PMS 398	CMYK C14 M5 Y100 K29	RGB R174 G164 B0	Hex #B5B875
	Amber Pantone PMS 124	CMYK C0 M32 Y100 K0	RGB R234 G171 B0	Hex #EAAB00
	Tiger Pantone PMS 144	CMYK C4 M50 Y96 K0	RGB R237 G145 B15	Hex #ED910F



Utilisez ces couleurs secondaires uniquement :

- Si les deux couleurs principales ne suffisent pas dans un projet, par exemple pour attribuer une couleur différente à chaque catégorie.
- Pour donner de légers accents dans un ensemble fondé sur la palette de base, mais jamais comme couleur(s) dominante(s).



Onze 10 meest populaire opleidingen en HR

- Coachen en leiden: basis - 2 modules 225N
- Peoplemanagement: de essentie in 2 dagen 232N
- Het selectiegesprek - 2 modules 197N
- Onboarding... voor een geslaagde integratie van nieuwe medewerkers 198N
- Train de trainer: opleidingen geven met resultaat 214N
- Sociale wetgeving 190N
- Coachen en leiden: omgaan met grote en kleine conflicten 226N
- Coachen en leiden: motiveren en inspireren 228N
- Coachen en leiden: delegeren 227N
- Update sociale wetgeving 191N

...gen op cevora.bel/opleidingen2019

Onze nieuwste Peoplemanagement opleidingen in 2019

- Een geslaagde re-integratie van je medewerker na lang ziekteverzuim
- Als leidinggevende omgaan met stress, burn-out en andere risico's in je team
- Rekruteren via LinkedIn, Facebook, Twitter, andere sociale media en jobsites
- Webinar: gebruik van video in recruitment
- Webinar: trends binnen leren en ontwikkeling



Hayke Petrus
Cevora-verantwoordelijke voor de opleidingen Peoplemanagement en HR

“Werf talent duurzame inzetbaarheid, candidate experience, ... Of je nu al bekend bent met deze HR-trends of niet, we hebben opleidingen om de vaardigheden van elke medewerker aan te scherpen: **van junior recruiter tot ervaren L&D manager, inclusief teamleiders in de maak.** Heb je weinig tijd en ben je op zoek naar een praktische opleiding? Dan raad ik onze webinars aan, kort en inspirerend! En om je kennis te verdiepen, ben ik er zeker van dat je je gaaiing vindt in onze trainingen en workshops over werving, talentmanagement, coaching en leiderschap.”

DL10
DL1467N



Thèmes

» Couleurs thématiques... vivement recommandées.

Recommandation

Couleurs thématiques

Utilisez de préférence les couleurs secondaires en fonction des thèmes indiqués ci-dessous, tout comme elles sont utilisées dans l'aperçu des formations.

 Développement personnel	 Fonctionner professionnellement	 Marketing, vente et communication	 Services de soutien	 Gestion d'entreprise
 People management et RH	 Bien-être	 Informatique	 Langues	 Formations spécifiques à un secteur

Pictos thématiques

Utilisez toujours les pictos correspondants pour traiter un thème donné.

 Futureproof	 Engaged	 Impact
--	--	---

> Par exemple : thème futureproof, customer oriented, impact

Segmentation par groupe-cible

Utilisez cette présentation pour le groupe-cible concerné.

Werkgevers  #BoostMyBiz	Employeurs  #BoostMyBiz
Werknemers  #UpSkillMe	Employés  #UpSkillMe
Werkzoekenden  #NewTalent	Chercheurs d'emploi  #NewTalent

Kernwaarden



» Voici comment nous écrire.

Polices de caractères

Le style maison comprend deux polices de caractères : Roboto et Quicksand. Vous pouvez télécharger ces deux polices gratuitement sur <https://fonts.google.com>.

Roboto

- » Clair.
- » Lisible.
- » Pour le texte continu.
- » Pour les **mots-clés** dans le texte continu ou pour les **sous-titres**.

» Utilisez Roboto Regular ou **Roboto Bold**

Quicksand

- » **Créatif & aéré**
- » **Pour les titres & les mots-clés** à mettre en exergue
- » Vous pouvez utiliser Quicksand Regular ou **Bold**, mais **jamais** :
 - ❌ *italique*
 - ❌ souligné

» utilisez Quicksand Regular ou **Quicksand Bold**

Exception

Dans le cas où les polices prescrites Quicksand et Roboto ne sont vraiment pas disponibles ou s'il est techniquement impossible d'utiliser les polices correctes, les polices suivantes sont autorisées :

Trebuchet

- » La police standard alternative pour Quicksand est Trebuchet.

» utilisez **Trebuchet Bold** pour les titres

Arial

- » La police standard alternative pour Roboto est Arial.
- » N'utilisez **pas** Arial pour des titres.

» utilisez Arial uniquement pour le corps du texte



#BeOne



La réunionite aigüe ?

Relax, ça se soigne !

www.cefora.be



Apprendre et grandir ensemble



Photos

» Voici comment nous aimons les voir.

- » **Genre** : naturel, proche de la réalité, des personnes authentiques - pas de sourires forcés ni de photos issues de banques d'images.
- » **Environnement** : environnement naturel (au travail, en formation, devant un PC...).
- » **Éclairage** : lumière douce et naturelle, pas d'éclairage studio.
- » **Personnes** : de toutes sortes et de toutes tailles, aussi diverses que nos clients. Assurez-vous que les personnes ne soient pas à leur désavantage.
- » **Palette de couleurs** : si possible, avec (des accents de) notre violet et de notre orange.
- » **Post-traitement** : naturel, pas de retouches Photoshop évidentes.

Portraits

Éclairage doux, flatteur et authentique. De préférence dans un cercle.





CE^{VO}
FO_{RA}





Vidéos

»» Voici comment nous aimons les voir.

Vidéos

Dans **toutes** les vidéos Cefora, utilisez les couleurs et les polices du style maison. Le logo Cefora se trouve toujours en haut à droite, et chaque vidéo se termine sur la même image.



Logo en haut à droite (insert « bug »)

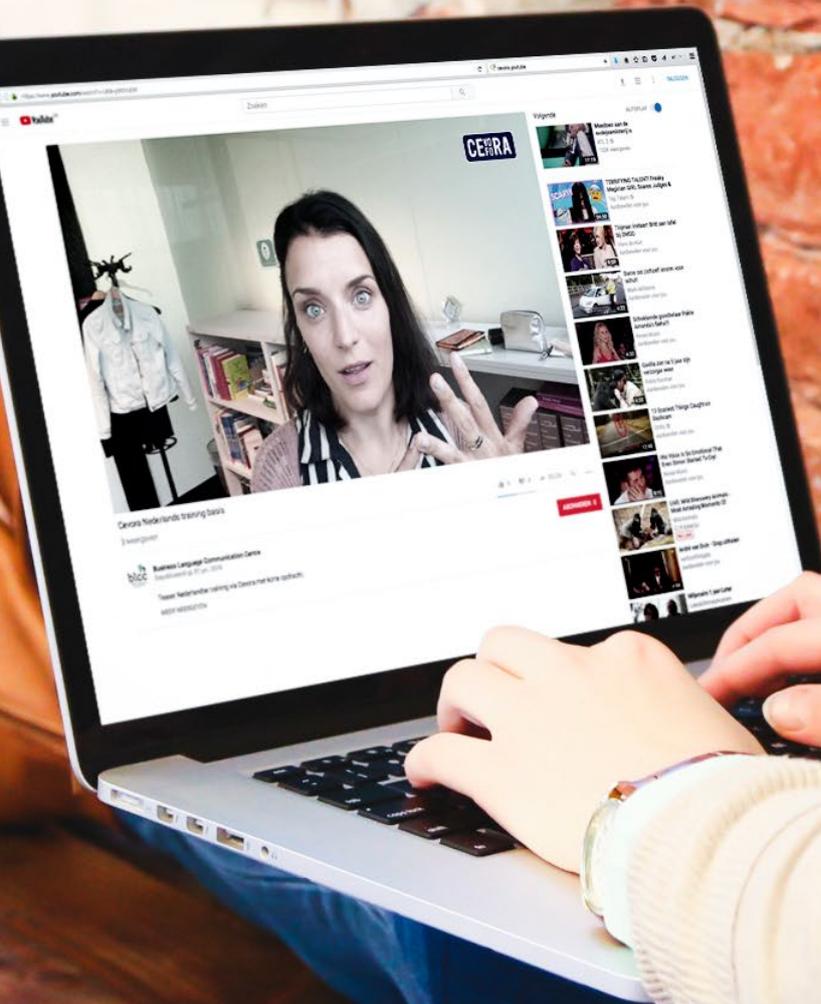
- Toujours à l'image.
- L'insert de type « bug » (logo en haut à droite) est optimisé pour HD 1080x1920 en PNG (avec transparence) : *Logobug HD1080x1920.png*. Importez-le via le canal alpha du programme de montage.



Chaque vidéo de Cefora se termine sur ce bref plan de fin. Selon la langue, choisissez parmi :

- Eindbeeld NL+FR.mov
- Eindbeeld FR.mov
- Eindbeeld NL.mov





Médias sociaux

» Nos clients, notre communauté.

Éléments d'une publication

A Post promotionnel

(géré par le social media manager de Cefora).



Contenu vidéo de 20-60 secondes ayant pour but de promouvoir nos formations ou events auprès de la cible professionnelle ou des demandeurs d'emploi.

Plan 1 - 4 secondes

Attirer l'attention par une phrase d'accroche, le nom de la formation ou de l'événement.



Plan 2 - 4 secondes

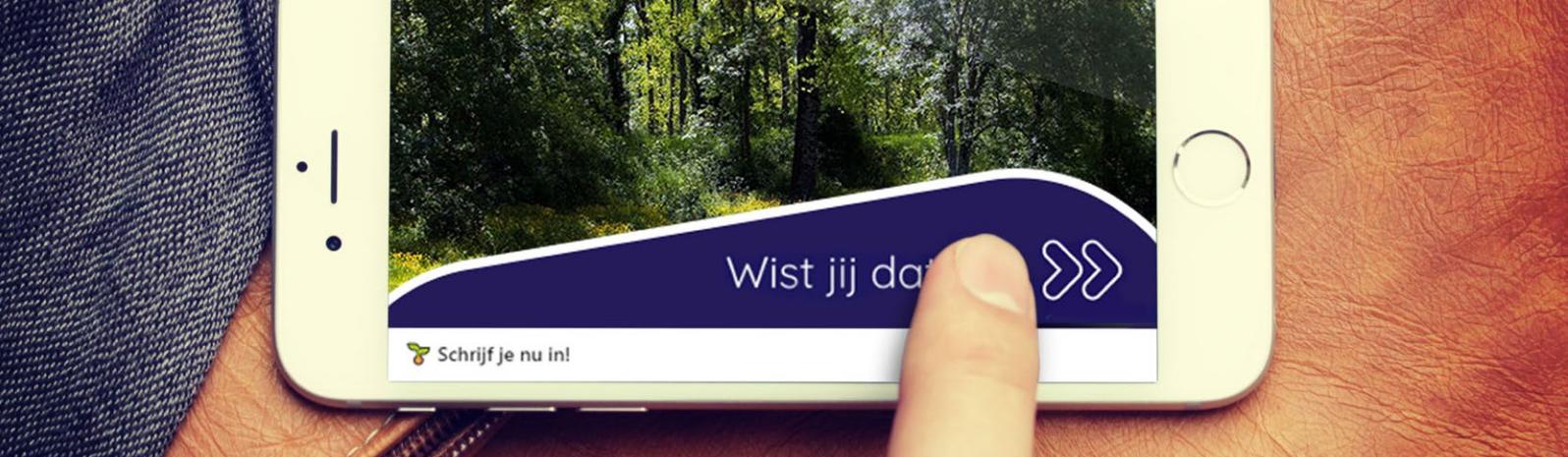
Donner un insight sur le thème de la formation ou un aperçu du programme de l'événement.



Plan 3 - 3 secondes

Regagner l'attention par une formule accrocheuse.





Plan 4 - 3 secondes

Donner rendez-vous avec la date et le nom de la formation ou event.



Plan 5 - 3 secondes

Call-to-action avec date.



Plan 6 - 3 secondes

Clôture et insertion de la promesse avec un des hashtags.



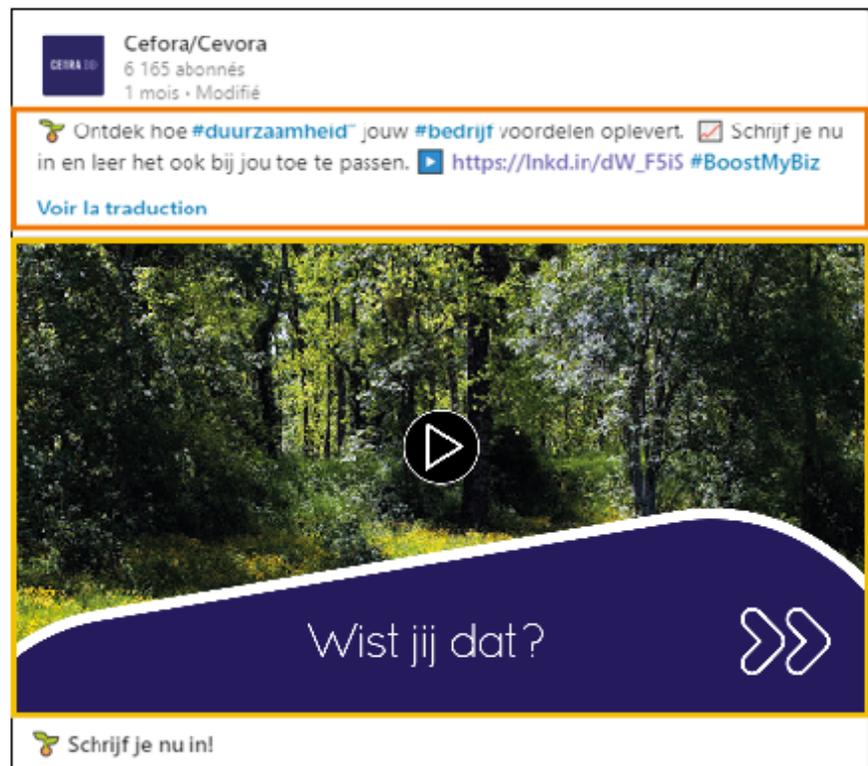
Médias sociaux

Texte

- > Phrase d'accroche
- > Call-to-action
- > URL abrégée
- > Emojis : pour fixer l'attention sur la publication
- > Hashtags :
 - Pour les mots-clés
 - Hashtag groupe-cible
- > Mention de la page d'une personne ou d'un partenaire avec un @

Contenu

- > Format 16:9 ou 1:1
- > Couleurs : Mauve et blanc
- > Texte blanc : police Quicksand
- > Zone mauve au bord blanc : permet de donner du contraste au texte
- > Logo : double flèche aux bords blancs, en bas ou en haut à droite





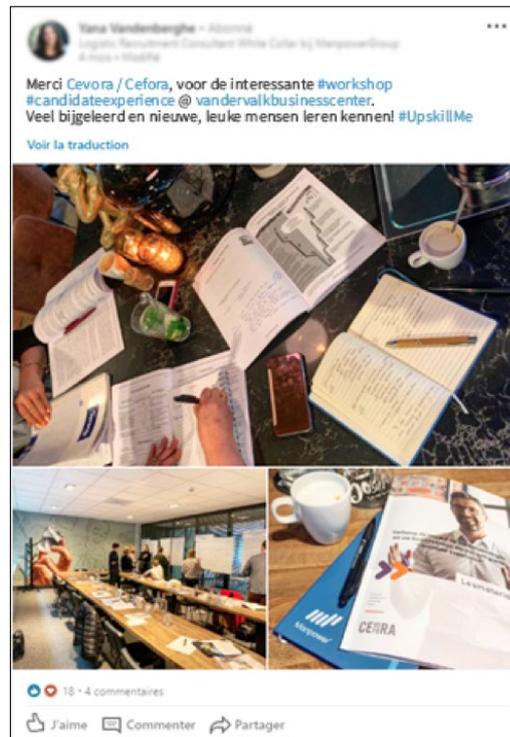
B Publication spontanée

(LinkedIn, Facebook & Instagram)

Photo ou vidéo mobile de la communauté (ambassadeurs, collègues ou partenaires) créé spontanément pour partager un moment inspirant, motivant ou encore qui insuffle le « lifelong learning », propre aux valeurs de Cefora. Par exemple lors d'un évènement/salon, d'une formation...

Best practice :

- › Arrière-plan neutre si le focus est mis sur un portait
- › Utilisation d'un hashtag adapté (#UpSkillMe, ...)
- › Mentionner Cefora et les éventuels partenaires en utilisant un @
- › Afficher son plus beau sourire pour les selfies 😊



Hashtags

L'utilisation de hashtags nous permet de formuler de manière concise la promesse qui se cache derrière la publicité et de mesurer notre interaction avec des objectifs, en fonction des différents groupes-cibles.

- › RHGénéral : #StayCurious
- › Employeurs : #BoostMyBiz
- › RH : #BoostMyTeam
- › EMP : #UpSkillMe
- › DE : #NewTalent
 - › #NewTalentHR
 - › #NewTalentMarketing
 - › #NewTalentAdmin
 - › #NewTalentSales



Médias sociaux

Lignes directrices médias sociaux

Pour que cela reste court et simple, nous avons identifié cinq lignes directrices en matière de médias sociaux qui doivent être suivies par nos employés :



#1 : À FAIRE

Mentionnez notre société comme étant votre employeur sur votre page personnelle LinkedIn :

Nous recherchons de fiers ambassadeurs de notre marque qui se sentent suffisamment concernés pour partager leur position et leurs contributions à l'organisation. Nous souhaitons associer nos employés à notre marque, jour après jour.



#2 : À FAIRE

Partagez les stories, actualités et événements de la société :

Contenu, informations et messages de la société ne sont d'aucune utilité... à moins qu'ils soient diffusés. Ce qui assure la croissance de notre public. Nous n'y arriverons pas tout seuls. C'est la raison pour laquelle Cefora encourage ses employés à partager du contenu et à susciter l'intérêt et l'engagement sur tous ses médias sociaux. Un seul mot d'ordre : partagez !

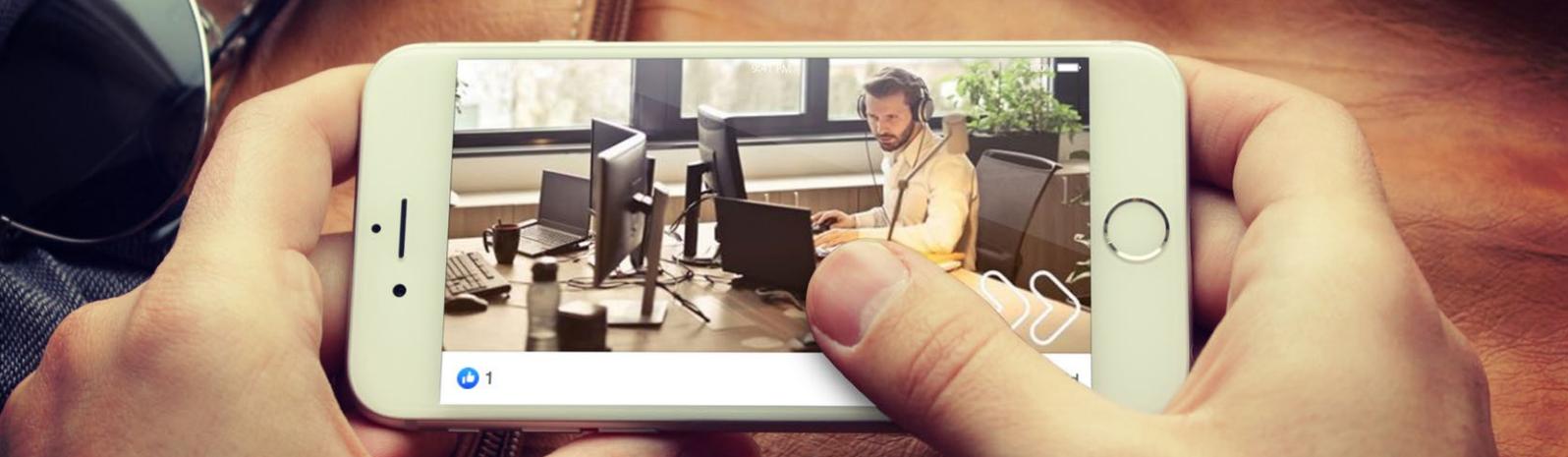


#3 : À FAIRE

N'hésitez pas à vous livrer sur les réseaux sociaux à des activités qui améliorent votre image professionnelle ou l'image de Cefora, même pendant les heures de travail habituelles :

Cefora encourage ses employés à participer aux types d'échanges menés sur les réseaux sociaux qui contribuent à la croissance de leurs propres réseaux et améliorent leur image numérique, ou à des actions qui renforcent la réputation de la société. L'engagement sur les réseaux sociaux ne constitue pas une pratique taboue au travail et nous encourageons nos employés à observer les meilleures pratiques de Cefora pour développer leur activité en ligne et élargir leur réseau personnel.





✘ #4 : À NE PAS FAIRE

Ne publiez ou ne divulguez aucune information confidentielle de la société :

Les écrits restent. C'est aussi simple que cela. Certaines informations ne doivent pas être partagées. Respectez ce principe. Et si vous n'êtes pas certain qu'il soit permis de publier quelque chose, consultez notre social media manager.

✘ #5 : À NE PAS FAIRE

Ne répondez à aucun concurrent ni à aucune personne postant des critiques ou commentaires négatifs concernant la société (nous avons un social media manager pour cela) :

Lorsque quelqu'un que vous appréciez se fait attaquer, vous avez évidemment envie de riposter. Les réseaux sociaux ne font pas exception à la règle, et la tentation est même plus grande. Nous vous aimons pour ça. Mais si Cefora est la victime de clients mécontents ou de stagiaires en colère, il est important de réagir immédiatement en proposant de continuer à discuter, en message privé. Si vous apercevez un commentaire négatif concernant la société, informez-en immédiatement le social media manager, au lieu de répondre vous-même. Nous vous aimons encore plus pour ceci.





Tone of voice

» Cefora comme guide sympathique.

Tone of voice

Vous l'avez déjà lu dans l'introduction. Cefora est un guide sympathique pour ses clients. Il renforce l'autonomie de ses clients, des employés, des demandeurs d'emploi et des entreprises de la CP200. Nous voulons leur permettre d'apprendre. Il montre à ses clients toutes les possibilités de reprendre leur emploi en mains et de développer leurs talents.

Mais à quoi ressemble un tel guide ?

Un guide	sympathique	avec de l'impact
Apporte une aide d'une nouvelle manière	Pose des questions	Clair (explique simplement les choses compliquées)
Positif et enthousiaste	Donne des conseils et des astuces, encourage	Se concentre sur les avantages pour les clients
Personnel et vulnérable	Curieux	Pousse les clients à agir

> Voilà à quoi ressemble Cefora

Accords

Cefora suit le guide de style de Schrijf.be. Les points principaux sont les suivants :

- > Néerlandais de Belgique.
- > Vouvoiement en français, tutoiement en néerlandais.
- > Écrivez dans un style actif, évitez la voix passive.
- > Évitez d'utiliser « on ».
- > Guillemets : en NL, utilisez 'ceux-ci'. Mais en FR, « ceux-ci ».

Grafieken en 3D-effecten met Adobe Illustrator

Illustrator is een veelzijdig pakket dat meestal de duimen moet leggen tegen de andere kleppers van Adobe: Photoshop (beeldbewerking) en InDesign (opmaak). Nochtan, leef je je grafisch pas echt uit met Illustrator. Vaak is de beperkte technische beheersing van Illustrator een domper op de creativiteit. Deze specifieke opleiding maakt op een aantal gerichte thema's zoals grafieken en 3D-effecten om jouw grafische creativiteit een flinke boost te geven!

Klassikale opleiding

Ma 18 feb 10:00 – 17:00
 Di 19 feb 10:00 – 17:00
 Wo 20 feb 10:00 – 13:00
 Do 21 feb 10:00 – 17:00
 Ma 25 ma 13:00 – 17:00

▲ nog 2 pl.
 📍 Hasselt, Limburg

[Alle locaties & data voor deze opleiding](#)

[SCHRIJF JE IN VOOR DEZE SESSE](#)

[Inschrijvingsvoorwaarden](#)

Opleidingstype Klassikaal	Opleidingstuur 2 maanden	Stapelbaar 6 weken	Abschrijfbare taken NL, FR
Voorvereisde		Opleidingeniveau	

Wat leer je?

- Stijlvolle grafieken aanmaken vanuit Adobe Illustrator
- 3D-effecten vanuit Adobe Illustrator realiseren
- Grafische mogelijkheden van Adobe Illustrator uitgebreid benutten

[Deelname](#)

VOLG EEN OPLEIDING

Bekijk onze catalogus met cursussen, om vooruit te gaan in jouw job.

Tone of voice

Exemples

Après notre marque et notre site web, nous avons mis à jour notre « tone of voice ». Il se veut désormais vif, clair et axé sur les avantages pour le client, plutôt que sur les règles.

En voici quelques exemples :

Ne dites pas...

Vous devez obtenir l'accord du service RH avant de pouvoir accéder à la formation.

Exemple de texte

Mais dites...

Je vous recommande de consulter votre collègue du service RH et de lui demander son accord. Je pourrai ainsi confirmer votre inscription et vous pourrez commencer la formation dès lundi.

Exemple de texte

Pourquoi ?

- Soyez positif et personnel.
- Donnez des conseils, comme un guide.
- Concentrez-vous sur les avantages pour le client, et moins sur les règles.
- Écrivez de manière active.

Vous mourez d'impatience de présenter votre profil LinkedIn tout neuf à vos collègues.

Exemple d'une première version d'une fiche d'information

Vous avez hâte de montrer votre nouveau profil LinkedIn à vos collègues.

Fiche d'information publiée.

Expliquez les choses clairement. Évitez le style artificiel.

Je souhaite déposer plainte. Comment faire ?

Déposez votre plainte de préférence par e-mail à l'adresse [ombudsman\[at\]cefora.be](mailto:ombudsman[at]cefora.be) ou par écrit à l'adresse suivante

(.)

Décrivez le problème de manière succincte. Vous recevrez un accusé de réception dès que nous aurons reçu votre plainte. Nous nous engageons à traiter votre plainte le plus rapidement possible.

FAQ site web 2018

J'ai une plainte. Comment l'introduire ?

Quelque chose s'est mal passé ? Notre premier conseil : appelez-nous ou écrivez-nous [[lien vers contact](#)]. Vous nous permettrez ainsi de résoudre le problème rapidement et de manière informelle. Si cela ne suffit pas, nous vous conseillons d'introduire une plainte, dans laquelle vous décrivez clairement votre problème. Il existe différentes façons d'introduire une plainte.

(...)

Dès que nous aurons reçu votre plainte, nous vous enverrons un accusé de réception. Et nous la traiterons le plus rapidement possible.

FAQ site web 2019

- Utilisez le « vous ».
- Utilisez un langage vivant et clair. Évitez le langage formel (de préférence, nous nous engageons...).
- Soyez curieux/-se, posez des questions.
- Rendez les choses personnelles : il s'agit de « votre problème », ce n'est pas « le problème ».
- Présentez votre côté vulnérable. Dans l'exemple 2, nous partons du principe que vous avez un problème et que nous voulons résoudre votre problème.



Vous aviez l'habitude de dire « le Cefora » ?

C'est normal, de la sorte vous sous-entendiez « LE (centre de formation) Cefora ». Mais ça, c'est du passé ! Nous avons décidé de véritablement traiter notre entreprise comme une marque.

Oui, tout comme Nike, Google, ou Nespresso !

A nous d'instaurer Cefora comme marque forte dans la tête de nos clients.

Comment faire ?

Prenez donc la bonne habitude de ne plus employer « le » quand vous parlez de notre entreprise. « **Le** Cefora » devient « Cefora ».

- Ainsi, si vous répondez au téléphone, ne dites pas « Le Cefora, bonjour » ?
Dites plutôt « Cefora, bonjour ».
... *Après tout, vous ne diriez pas « Le Nespresso, bonjour » mais bien « Nespresso, bonjour ».*
- Ne parlez pas à votre beau-frère « des formations du Cefora » mais bien « des formations Cefora ».
... *Après tout, il achète bien des baskets Nike, et non des baskets de Nike. Il vous comprendra.*
- Devez-vous dire « Mes collègues du Cefora » ?
Ne tombez pas dans le piège : en français, « du » signifie « de le ».
Dites juste « Mes collègues Cefora » et vous serez parfait !
- Vous travaillez au Cefora ?
Pas du tout, « vous travaillez chez Cefora » (car « au » signifie « à le »).
- Et votre ami Alfred, il a suivi une formation « chez Cefora » ou « au Cefora » ?
Si vous utilisez Chez ou Au, vous parlez d'un bâtiment bien précis.
Dites juste qu'Alfred « a suivi une formation Cefora ».
Vous voyez, c'est simple.
- ... Vous avez encore un doute ?
Voici un truc : remplacez Cefora par une autre marque, comme Nike ou Nespresso, et voyez si ça sonne bien à l'oreille.



« **Nespresso**, buongiorno !
Vous voulez travailler chez **Nespresso** ?
Bene bene, avez-vous déjà suivi une formation **Nespresso** ?
La mission de **Nespresso** est de vous former aux meilleurs arômes. Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site **Nespresso**.
J'espère que vous serez bientôt un collaborateur **Nespresso**. »



« **Cefora**, bonjour !
Vous voulez travailler chez **Cefora** ?
Bien, avez-vous déjà suivi une formation **Cefora** ? La mission de **Cefora** est de vous former aux compétences du futur.
Pour en savoir plus, rendez-vous sur le site **Cefora**. J'espère que vous **Cefora** bientôt un collaborateur **Cefora**. »



Brandbook :
v3.0 septembre 2020

Cefora asbl
Boulevard Auguste Reyers 70
1030 Bruxelles

www.cefora.be
www.cefora.be/charte graphique



Apprendre et grandir ensemble