



THÈMES DES FORMATIONS

RELATION CLIENT

FORMATION DE FORMATEUR

PINTEREST

COMMUNITY MANAGEMENT

1. Utiliser le potentiel de Pinterest pour votre entreprise
2. Relation client et réseaux sociaux : gérer et prospecter vos clients
3. Formation Elevator Pitch
4. Formation de formateur 3 jours
5. Formation de formateur 5 jours
6. Formation convaincre les décideurs et elevator pitch
7. Formation les fondamentaux du community management
8. Construire votre stratégie sociale média en 8 étapes



hello@sophieturpaud.com
www.sophieturpaud.com
06 84 950 255

Tarif Inter-entreprise

500 € par Jour et par personne
Tarif adapté pour les freelances (me consulter)

Tarif Intra-entreprise

1200 € par jour et par groupe maxi 8 personnes

En tant qu'organisme de formation, les sessions peuvent être prises en charge totalement par votre budget formation (OPCA : organisme collecteur de la formation FAFIEC, AGEFICE, FIFPL etc....)



N°1

The banner features a large red flower in the background. The text 'Formation Optimiser votre présence sur Pinterest' is written in white, with 'Pinterest' in its signature script font. In the top right corner, it says '2 jours' and includes the Pinterest logo. Below the main text, there are three smaller sections: a name 'Sophie Turpaud' with a Pinterest icon, a circular profile picture of Sophie Turpaud, and social media handles '@SophieTurpaud' and '@VeillePinterest' with a phone number '06 84 950 255'.

Formation Optimiser votre Pinterest
2 Jours

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Appliquer les fondamentaux de Pinterest : épingles, tableaux
- Construire votre stratégie Pinterest et votre ligne éditoriale
- Gérer les programmations de vos épingles avec Buffer ou Tailwind
- Créer des visuels ou Infographies avec Canva et visme
- Installer les épingles enrichies
- Evaluer vos résultats avec les Analytics

Contexte et Finalité de la formation

Finalement c'est quoi Pinterest ?

A la base Pinterest signifie -> Pin : pour épingler + Interest : pour intérêts.

« Pinterest est un outil de découverte par l'image qui vous permet de trouver de bonnes idées pour tous vos projets et centres d'intérêt »

Avec 100 millions d'utilisateurs actifs, Pinterest devient un incontournable. Surtout dans un univers Marketing centré de plus en plus sur L'image. Cette session de formation a pour finalité de vous donner les outils pratico-pratiques pour utiliser ce réseau social (moteur de recherche visuel). L'intention est d'augmenter le trafic vers votre site internet et d'être au plus près des centres d'intérêts de vos clients.

p. 3

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées

Durée et lieux

La formation se déroule sur 2 jours + 1 heure

- en présentiel et collectif (Paris / Toulouse et autres villes sur demande)
- 2 jours
- + accompagnement Individuel à distance par téléphone : 1 heure

Méthode pédagogique :

Méthode active et participative.

Approche pratico-pratique avec applications concrètes liées à votre contexte.

Construction de votre propre stratégie Pinterest avec plan d'action détaillé.

Suivi post formation

Suivi post formation 2 semaines après la formation pour corriger les écarts et valoriser les progrès.

En rendez-vous individuel par téléphone de 2 fois 30 minutes

Programme détaillé :

Panorama de Pinterest

Historique et derniers chiffres.

Pinterest et Le picture Marketing

Qui sont les utilisateurs actifs ?

Quels sont les catégories phares sur Pinterest ?

Les fondamentaux de Pinterest

Repérer les étapes pour ouvrir un compte Pinterest

Distinguer les fonctionnalités de bases :

- Profils, Catégories, Épingles, Tableaux, tableaux secrets,
- Like, commentaires, repins
- Messagerie privée

Repérer les typologies de visuels supportés par Pinterest : Video Youtube, SlideShare, Photo, visuels avec lien d'articles, Gifs)

Utiliser la recherche guidée sur Pinterest

Intégrer vos réseaux sociaux à votre profil

Repérer les fonctionnalités de partage de vos épingles, tableaux, ou profils vers les autres réseaux sociaux.

Les usages sur Pinterest : 11 conseils pour débiter

Optimiser votre compte Pinterest

Migrer vers un compte « for Business » en 3 étapes

Valider votre site internet

Installer Le bouton Pin It sur votre site ou blog

Créer des épingles enrichies pour votre site. (Parmi les 6 catégories)

Construire sa stratégie Pinterest en 8 étapes

Choisir sa ligne éditoriale

Créer des tableaux (en cohérence avec sa ligne éditoriale)

Épingler les différentes typologies d'épingle sur vos tableaux
Repérer les usages pour Optimiser les épingles et visuels (descriptions, hashtags ?)
Appliquer la règle des 80 /20 pour trouver des abonnés.
Lister les comptes à suivre
Repérer Le potentiel des épingles Populaires
Créer des tableaux collectifs pour augmenter la viralité
Utiliser des tableaux secrets en mode projet
Organiser sa veille avec Pinterest
Les épingles sponsorisées
Les Cinematic Pins
Repérer les 9 usages de Pinterest en BtoB

Pinterest et le Ecommerce :

Comment Pinterest génère du trafic vers votre site et donc du chiffre d'affaires en E-commerce ?
Les buyablesPins : repérer les fonctionnalités

Gérer votre Pinterest

Les fonctionnalités de Buffer pour Programmer vos épingles
Les fonctionnalités de Tailwind pour programmer vos épingles
Utiliser Tailwind pour classer vos visuels Instagram vers un tableau Pinterest
Utiliser Canva, pour produire des épingles optimisées
Visme pour réaliser des infographies engageantes
Pingroupie pour repérer les tableaux de groupe
Kontestapp pour les concours
Accéder aux analytics de Pinterest pour améliorer les performances de votre compte:
Votre profil Pinterest, Votre audience, Activité de votre site web
Les règles à suivre pour organiser un concours sur Pinterest

Commentaire

La formation peut être adaptée sur 1 jour en intra-entreprise suivant vos attentes.

N°2

Formation
Relation client &
Réseaux sociaux **3 jours**

Conseil
Formation
Community Management

@SophieTurpaud
06 84 950 255

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Repérer les fondamentaux de la communication en relation client
- Utiliser les réseaux sociaux pour prospecter et fidéliser
- Gérer les situations conflictuelles en relation client digitale

Contexte

Dans une démarche de conquête et de fidélisation, cette formation est destinée à toute personne en contact avec des clients ou prospects. qui souhaite améliorer leur communication avec les différents médias de communication : Téléphone, email, réseaux sociaux.

La finalité est d'optimiser la relation client et de développer les performances commerciales tout média confondu.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 3 jours :

- en mixte (Blended learning) : 2 jours en présentiel (en salle de formation) et 1 jour à distance
- à Toulouse ou autres villes sur demande

Méthode pédagogique :

Méthode pratico-pratique axée sur la pédagogie active et participative.
Mises en situations concrètes

Suivi post formation

Suivi post formation 4 semaines après la formation pour corriger les écarts et valoriser les progrès.

En rendez-vous individuel par téléphone d'1h00

p. 6

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées

1- Repérer les fondamentaux de la relation client

- Lister les objectifs de la relation client.
- Repérer les différents interlocuteurs.
- La transmission du message : Emetteur / récepteur
- Le vocabulaire efficace
- La forme verbale : pourquoi le temps des verbes influe sur la communication ?
- Les 8 caractéristiques de la voix
- L'aspect sensoriel en communication
- Le langage non verbal en face à face : prendre conscience du langage au-delà des mots
- Les techniques de l'écoute active et passive
 - Ecouter pour mieux conseiller.
 - Gérer le client bavard ou agressif.
- La pyramide de Maslow : comprendre les zones de confort du client
- Le S.O.N.C.A.S et A.I.D.A.S : les incontournables.
- La structure de l'entretien avec les 4C : Contact, Connaitre, Convaincre et Conclure
- Répondre aux objections avec Empathie, assertivité.
- Lister les différents types d'objections, et préparer les réponses
- Repérer les typologies de clients pour mieux adapter ses réponses.

2- Panorama des réseaux sociaux en relation client digitale

- Repérer les objectifs de la relation client digitale : Prospecter / Fidéliser
- Repérer les bonnes pratiques via les études de cas pour gérer votre relation client sur les autres réseaux sociaux (Twitter, Facebook, Instagram, Pinterest, Google+)
- Repérer les 5 piliers de la relation client digitale (empathie, réactivité, personnalisation, qualité de réponse, suivi)

3. Communiquer par écrit en relation client digitale

- Ajuster la réponse aux différents types de messages : questions, avis, réclamations.

- Utiliser le langage en 3C "court clair concret" pour modérer les commentaires négatifs
- Orthographe : argument de relation client de qualité.

4. Gérer les situations difficiles en relation client digitale

- Gérer la spécificité d'un litige client sur les réseaux sociaux.
- Repérer les bonnes pratiques de la modération sur les réseaux sociaux.
- Utiliser les tournures efficaces pour être empathique et assertif
- Surveiller le buzz et la réputation de la marque.
- Communiquer utilement sur les différents réseaux sociaux.

5- Gérer le stress et le temps pour mieux gérer les situations conflictuelles

- Les bases du stress positif et négatif
- Le principe de la respiration relaxante en 3 minutes
- Gérer son temps pour moins de stress.

N°3



Elevator Pitch : Convaincre les décideurs
1 jour

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Repérer les 8 caractéristiques de la voix
- Situer les 5 étapes de l'Elevator Pitch (argumentaire de présentation rapide)
- Construire votre propre canevas du Pitch

Contenus Formation collective

Aujourd'hui, que l'on soit entrepreneur ou non, il est important de pouvoir expliquer ce que l'on fait et être convaincant en moins d'1 minute.

Etre court, clair, concis pour tout interlocuteur.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 1 jour :

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Programme détaillé :

Les fondamentaux de l'éloquence

Les 8 Caractéristiques de la voix

La forme verbale

Le vocabulaire efficace

L'utilité de l'écoute Passive et active

L'elevator'pitch

Définition de l'elevator pitch

Le canevas de l'elevator pitch

L'accroche

La problématique

La solution

p. 9

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées

La valeur ajoutée

Le Call to action

Le savoir être l'elevator'pitch

Utiliser l'empathie et l'assertivité

Répondre aux questions d'un auditoir

Gérer son stress pour mieux être persuasif

Méthode pédagogique :

Approche pratico-pratique avec illustration de vos propres exemples

Construction des phases 1 à 5

Pitch devant le groupe. Analyse de pratique. Et Axe d'amélioration

N°4



Formation de formateurs
3 jours

Objectifs Pédagogiques formation Collective 3 JOURS

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire un programme de formation
- Animer une session de formation
- Accompagner les apprenants en formation

Contenus Formation collective

Construire :

- Préparer votre action de formation analyser et répondre au cahier des charges de votre client.
- Repérer les besoins des apprenants,
- Définir des objectifs pédagogiques,
- Prévoir la logistique de vos séances
- Définir un déroulement, un scénario pédagogique adapté aux participants et aux objectifs visés.
- Concevoir les supports d'animation :
- Diaporama, exercices, jeux pédagogiques...

Animer

- Choisir les différentes techniques d'animation en fonction du public et du contexte.
- Concevoir les évaluations
- Préparer les supports de formation
- Démarche Déductive : Méthode affirmative, interrogative
- Démarche inductive : Méthode active

Accompagner

- Réguler un groupe en formation : Gérer un groupe difficile ou passif ?
- Communiquer avec efficacité : Soigner son expression
- Repérer les difficultés d'apprentissage : pratiquer l'écoute active, empathie, assertivité.

p. 11

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées

- Organiser l'accompagnement des apprenants post formation ?
- Choisir les différents formats d'évaluation

Durée et lieux

La formation se déroule sur 3 jours :

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Méthodes et moyens pédagogiques :

Approche théorique et pratique.

Méthode expositive (théorie) et active (participative)

Mise en situation avec vos spécialités : construction de mini programme de formation et scénario pédagogique. Animations de mini sessions de formation devant le groupe + analyse de pratique.

N°5



Formation de formateurs
5 jours

Objectifs Pédagogiques

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire un programme de formation avec son scénario pédagogique global
- Animer une session de formation
- Accompagner les apprenants en formation

Contenus Formation collective

Construire :

- Préparer votre action de formation analyser et répondre au cahier des charges de votre client.
- Repérer les besoins des apprenants,
- Définir des objectifs pédagogiques,
- Prévoir la logistique de vos séances
- Définir un déroulement, un scénario pédagogique adapté aux participants et aux objectifs visés.
- Concevoir les supports d'animation :
- Diaporama, exercices, jeux pédagogiques...

Animer

- Choisir les différentes techniques d'animation en fonction du public et du contexte.
- Concevoir les évaluations
- Préparer les supports de formation
- Démarche Déductive : Méthode affirmative, interrogative
- Démarche inductive : Méthode active

Accompagner

- Réguler un groupe en formation : Gérer un groupe difficile ou passif ?
- Communiquer avec efficacité : Soigner son expression

p. 13

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées

- Repérer les difficultés d'apprentissage : pratiquer l'écoute active, empathie, assertivité.
- Organiser l'accompagnement des apprenants post formation ?
- Choisir les différents formats d'évaluation

Etude de cas personnelle :

- Construire le scénario pédagogique global de son action de formation
- Animer une séquence de 2 heures devant le groupe avec d'autres formateurs invités
- Faire son analyse de pratique devant le groupe

Durée et lieux

La formation se déroule sur 5 jours :

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Méthodes et moyens pédagogiques :

Approche théorique et pratique.

Méthode expositive (théorie) et active (participative)

Mise en situation avec vos spécialités : construction de mini programme de formation et scénario pédagogique. Animations de mini sessions de formation devant le groupe + analyse de pratique.

N°6



**Convaincre les décideurs et Elevator Pitch :
2 jours + 1h de coaching par téléphone**

Objectifs Pédagogiques formation

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Appliquer les fondamentaux de la communication verbale
- Utiliser votre voix comme média de communication
- Structurer votre argumentaire commercial
- Répondre aux objections avec bienveillance et directivité.
- Situer les 5 étapes de l'Elevator Pitch (argumentaire de présentation rapide)
- Construire votre propre canevas de Pitch
- Appliquer les techniques de gestion du stress pour mieux gérer votre trac.
- Repérer les bases de gestion du temps

Contexte de la Formation collective

Dans une démarche de performance commerciale, cette formation est destinée à toute personne en contact avec des clients ou prospects qui souhaite améliorer leur communication pour être plus efficace. Il est important aussi de pouvoir expliquer ce que l'on fait et être convaincant en moins d'1 minute dans un contexte de networking. (Réseaux ou clubs d'entreprise)

Vous apprendrez à être court, clair, concis et efficace pour mieux convaincre : voilà mon intention.

Durée et lieux

La formation se déroule sur 2 jours :

- En présentiel et collectif
- A Toulouse ou Tournefeuille dans un espace de Coworking

p. 15

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées

Programme détaillé :

1- Appliquer les fondamentaux de la communication

Lister les objectifs de la relation client.

Repérer les différents interlocuteurs.

La transmission du message : Emetteur / récepteur

Le vocabulaire efficace

La forme verbale : pourquoi le temps des verbes influe sur la communication ?

Les 8 caractéristiques de la voix

L'aspect sensoriel en communication

Le langage non verbal en face à face : prendre conscience du langage au-delà des mots

Les techniques de l'écoute active et passive

- Ecouter pour mieux conseiller.

- Gérer le client bavard ou agressif.

La pyramide de Maslow : comprendre les zones de confort du client

Le S.O.N.C.A.S : encore et toujours, pour vendre, il faut comprendre les motivations d'achats de vos clients.

2- La performance commerciale

A.I.D.A.S : Comprendre la Mécanique de tout message commercial et marketing.

La structure de l'entretien avec les 4C : Contact, Connaitre, Convaincre et Conclure

Contact : La présentation et la phrase d'accroche Le développement

Connaitre : Les typologies de questions (phase de découverte la recherche d'informations)

Convaincre : La proposition d'une solution, d'un RDV, Le conseil, l'écoute, La reformulation

Conclure : prise de congé, reformulation.

Construire son guide d'entretien en appel entrant ou sortant

Répondre aux objections avec Empathie, assertivité.

Lister les différents types d'objections, et préparer les réponses

Repérer les typologies de clients pour mieux adapter ses réponses.

3- Gérer le stress pour mieux gérer les situations conflictuelles

Les bases du stress positif et négatif

Le principe de la respiration relaxante

Se relaxer en 3 minutes

4. Gérer son temps : Mieux organiser sa journée de travail

Distinguer l'urgent de l'important

La technique Pomodoro

Les applications pour gérer vos tâches au quotidien.

5. L'elevator pitch

Définition de l'elevator pitch

Le canevas de l'elevator pitch

- L'accroche
- La problématique
- La solution
- La valeur ajoutée
- Le Call to action

Méthode pédagogique :

Approche pratico-pratique avec illustration de vos propres exemples

Méthode active et participative.

Pitch devant le groupe. Analyse de pratique. Et Axe d'amélioration

p. 17

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com
www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- *Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées*



Gérer sa communication sur les réseaux : fondamentaux du community management" 3 jours

Objectifs Pédagogiques formation Collective 3 JOURS

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire une stratégie Social Media pour votre structure
- Construire votre ligne éditoriale
- Organiser votre veille pour choisir ses publications.
- Gérer l'animation et la programmation des publications sur les réseaux sociaux choisis
- Analyser les indices de performances

Contenus Formation collective

1. Identifier la place et les missions du community manager
2. Panorama des différents réseaux sociaux et de leurs fonctionnalités : Facebook (page et profil), Twitter, Google +, LinkedIn, Pinterest, Instagram, Snapchat, Youtube, Periscope
3. Construire votre stratégie « social média » en 8 étapes : Objectif, audience, réseau social à travailler, ligne éditoriale, indice clé de performance, outils de planification et programmation, ressources humaines et financières à allouer ?
4. Organiser sa veille : quels outils (google alert, les newsletters, les listes sur tweeter, la curation sur Pinterest...)
5. Notion d'E-réputation
6. Paramétrer chacun de ses réseaux sociaux
7. Les outils du community manager : Tweetdeck, Buffer, trello, unfollowers...)
8. Utiliser Canva pour produire vos visuels (pour les non graphistes)
9. Les publicités sur Twitter et Facebook
10. Les épingles sponsorisées sur Pinterest
11. La rédaction web : outil d'inbound marketing
12. Animer vos réseaux sociaux : notion d'engagement, les meilleures heures pour diffuser, les live tweet.
13. Analyser ses statistiques en rapport avec ses objectifs (Kpis)

Durée et lieux

La formation se déroule sur 3 jours (2 jours + 1 jour)

- en présentiel et collectif
- A Toulouse dans un espace de Coworking
- Ou autres villes sur demande

Méthodes et moyens pédagogiques :

Approche théorique et pratique.

Formation action.

Etude de cas : construction d'une stratégie sociale média

N°8



Intitulé de la Formation: Construire sa stratégie social média

Être sur les réseaux sociaux c'est bien, mais être efficace c'est mieux. Pour être efficace et productif, rien de tel qu'une bonne méthodologie!

Selon une étude menée par Hootsuite, l'ADETEM et Visionary Marketing, 88% des entreprises françaises présentes sur les réseaux sociaux n'ont défini aucune stratégie particulière et investissent les réseaux sociaux sans vision stratégique.

Ainsi, lorsqu'on parle de réseaux sociaux. Les notions de stratégie sont fondamentales. Avant de se lancer, il est nécessaire de faire le point.

Je vous propose une formation action « pratico-pratique » pour que vous soyez capable à l'issue de cette session de construire une stratégie Social Media en 8 étapes : avec une check-list facile pour ne rien oublier et être pertinent.

Objectifs Pédagogiques :

À l'issue de ces séances vous serez capable de :

- Construire une stratégie Social Media pour votre structure
- Construire votre ligne éditoriale
- Organiser votre veille pour choisir ses publications.
- Gérer l'animation et la programmation des publications sur les réseaux sociaux choisis
- Analyser les indices de performances

Durée : 1 jour

La formation se déroule en présentiel et ou à distance ou en blended learning (mixée)

Programme détaillé

Construire votre stratégie « social média » en 8 étapes :

Définir vos objectifs

Audience : quel est votre persona ?

p. 20

Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com

www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- *Déclaration d'activité enregistrée sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées*

Quels réseaux sociaux privilégier
Quelle ligne éditoriale
Quels seront les Kpis : c'est à dire, les indices clés de performance,
Quels outils de planification et programmation allez vous prévoir ?
Calendrier éditorial
Avec quelles ressources humaines et financières à allouer ?

Tarifs:

en session inter-entreprise Tarif individuel : 500 € la journée
en intra-entreprise : dans votre entreprise : groupe de 8 personnes maxi : 1200 € la journée (hors frais déplacements et hébergements)
Cette formation peut être prise en charge par votre budget formation (Opcv : Fafpl, Agefice, Agefos, Fafiec etc.....)
Si vous êtes auto-financé, me contacter.

Méthode pédagogique :

Approche pratico-pratique.
Co-création de la stratégie social média.
Plusieurs Modalités au choix :
En Blended learning -> La formation est mixte et animée en partie en présentiel (en face à face) et en distanciel (e-learning, études de cas, quizz et webconférence)
En Distanciel : Elearning + animation via webconférence
Présentiel : sur place en face à face en individuel ou collectif.



Sophie Turpaud-Amalvy Conseil Formation et Community Management
Toulouse / tel. **06 84 950 255** hello@sophieturpaud.com
www.sophieturpaud.com

Siret 449 782 036 000 15 – APE 8559A- *Déclaration d'activité enregistrée
sous le N° 73 31 06726 31 auprès du préfet de région de Midi-Pyrénées*