

Réussir ses relations avec les médias

Traditionnels et digitaux

Contexte

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication Média (ou plan Média ou plan Promo) est essentiel pour réussir un projet culturel, c'est à dire faire se rencontrer une œuvre et son public.

Développer et réussir ses relations avec les médias sont aussi des étapes importantes quand on veut se lancer dans la recherche de fonds.

Aborder les médias nécessite un concept de communication performant, adapté aux spécificités de la presse écrite, de la radio, de la télévision et d'internet dans le secteur culturel.

Cette formation permet de découvrir le fonctionnement des médias, de comprendre l'univers des journalistes et leurs attentes, de trouver ce qui stimule leur intérêt qu'ils soient issus d'un média traditionnel (TV, presse, radio) et/ou d'un média digital, nouvel acteur qu'il est impossible d'ignorer aujourd'hui.

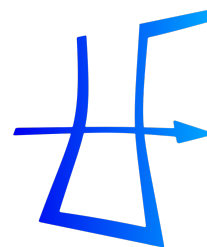
Il faut aussi identifier les nouveaux modes de consommation de l'information en ligne pour savoir comment utiliser les médias sociaux et les intégrer à la stratégie de communication globale d'un projet.

Cette formation s'adresse à tous les acteurs du secteur culturel, individuellement ou via une structure juridique, pour les aider à aborder, à connaître et à comprendre : la promotion, les relations et les partenariats médias, et leur place au sein de la stratégie de communication globale d'un projet.

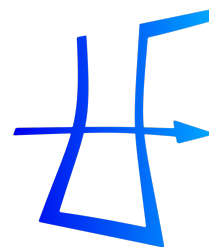
La formation a surtout pour but de préparer les stagiaires à :

- La création ou l'amélioration de leur propre stratégie de relations médias ou de celle de leur projet
- Le suivi efficace de leurs relations avec les médias
- La pérennité de leur projet

Études de cas, théorie, mise en pratique, le stagiaire pourra profiter de l'expérience de l'intervenante, professionnelle en activité et personne-ressources.



<p><u>Profils des stagiaires</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Artistes entrepreneurs• Chargés de communication ou de diffusion• Responsables de structures ou de projets culturels• Administrateurs• Toutes personnes ayant besoin, dans son activité, d'utiliser une méthode pour réaliser et réussir son projet ou souhaitant se reconverter dans le management de projet, l'organisation événementielle, la production et la communication du secteur culturel.	<p><u>Prérequis</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Expérience artistique, culturelle ou administrative dans l'un des domaines concernés• Vouloir créer et/ou gérer des événements culturels et musicaux<ul style="list-style-type: none">- Ou vouloir comprendre et/ou gérer la carrière d'un ou d'artistes au travers d'un projet- Ou avoir un souhait de nouvelle orientation professionnelle• Maîtriser la langue française orale et écrite
<p><u>Nombre de stagiaires</u></p> <p>1 personne</p> <p><u>En option</u></p> <p>Par petit groupe avec possibilité de séances individuelles</p>	<p><u>Tarifs sur consultation</u> Et possibilité de prise en charge (Afdas, CPF, ...)</p> <p><u>Délais</u> : de 2 à 6 mois</p> <p>Sessions sur mesure en fonction de vos disponibilités</p>
<p><u>Format</u> : Nombre d'heures à déterminer selon votre profil et votre projet = dont une partie avec la formatrice et une partie de travail personnel à la maison</p> <p><u>Lieu</u> : En distanciel</p>	



Objectifs pédagogiques de la formation

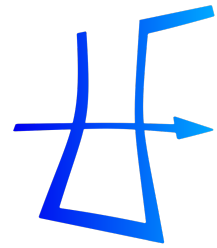
- Comprendre les enjeux et spécificités actuels des relations médias dans le secteur culturel
- Élaborer, mettre en œuvre et suivre un plan Média (Stratégie) acquérant une connaissance des méthodes, des outils et des actions de communication
- Décliner ses actions via internet et les réseaux sociaux
- Maîtriser la base de l'évaluation de sa communication pour vérifier l'impact de toutes les actions mises en place

Contenu de la formation

- Introduction
 - Ouverture et présentation du stage
 - Faire connaissance : Tour de table = projets individuels, perspectives professionnelles, ...
 - État des lieux des métiers de la communication dans les domaines de la culture et de la musique représentés par les stagiaires
- La stratégie de communication Média
 - Connaître et appréhender le terrain médiatique
 - Définir le positionnement, le but et les objectifs de son projet
 - Élaborer, mettre en place et suivre le plan promotionnel de son projet
- Concevoir ses outils pour communiquer avec les médias
 - Élaborer un dossier de presse
 - Élaborer un communiqué de presse
 - Rédiger de textes et de messages essentiels
 - Organiser une conférence de presse
 - Réaliser une revue de presse
 - Choisir sa communication digitale : réseaux sociaux, site web
- Le rôle et la valeur ajoutée de l'attaché(e) de presse
 - Créer et/ou entretenir son fichier médias
 - Entretenir et développer les relations avec la presse
 - Organiser et préparer aux interviews
 - Pourquoi être présent aux événements : concerts, enregistrements, répétitions, tournages, interviews

Lesne Formation

laurence@lesneformation.com
+33 (0)6.15.65.90.65
lesneformation.com



Ensemble pour avancer
et pour vous réaliser

- La communication digitale (*en option*) *
 - Élaborer son web site et sa Newsletter
 - Connaître le lexique technique
 - Concevoir l'architecture de son site
 - Connaître le référencement de son site

 - Connaître et utiliser les réseaux sociaux
 - Connaître le lexique technique
 - Gérer sa communauté
 - Connaître les bonnes et mauvaises pratiques
 - Construire une stratégie
 - Organiser une communication adaptée
 - Étudier la problématique du droit des images

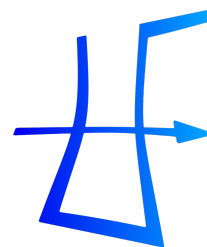
- Les partenariats avec les médias
 - Jeux concours
 - Échanges en nature
 - Achat d'espace publicitaire

- La stratégie de recherche de fonds
 - Connaître les bases de la stratégie de recherche de fonds publiques et/ou privée (subventions, mécénat, sponsoring)

- Le projet final
 - Vérifier et apprendre à évaluer son projet

Lesne Formation

laurence@lesneformation.com
+33 (0)6.15.65.90.65
lesneformation.com



Ensemble pour avancer
et pour vous réaliser

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

- Laurence LESNE-PAILLLOT
- Anne Fatout = la communication digitale *

En option, sous forme d'ateliers en petits groupes, à partir de 4 personnes, à distance.

Module niveau 1 : 4h

Module niveau 2 : 4h

Infos, CV des formatrices et tarifs de l'option sur demande.

Moyens pédagogiques et techniques

- Accueil des stagiaires dans une salle dédiée à la formation ou en visioconférence
- Documents supports de formation projetés ou partagés
- Exposés théoriques
- Étude de cas concrets et entraînement au pitch / mises en situation
- Quiz

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Feuilles de présence
- Questionnaires à chaud et à froid en fin de formation pour vérifier les acquis
- Formulaire d'évaluation de la formation