

Construire et mettre en œuvre sa stratégie de communication globale

Contexte

Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication globale (ou communication à 360°) est essentiel pour réussir un projet culturel, c'est à dire faire se rencontrer une œuvre et son public.

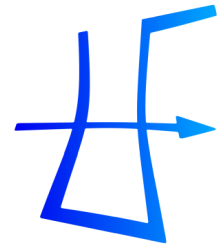
Cette formation s'adresse à tous les acteurs du secteur culturel, individuellement ou via une structure juridique, pour les aider à aborder, à connaître et à comprendre : la promotion médias, les partenariats médias, la communication RP et digitale (web et réseaux sociaux), la communication interne, le marketing, les budgets qui y sont liés.

Développer et réussir sa communication est aussi une étape obligée pour se lancer dans la recherche de fonds.

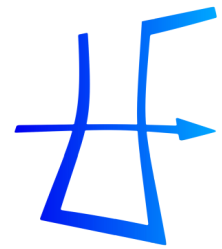
La formation a surtout pour but de préparer les stagiaires à :

- La création ou l'amélioration de leur propre stratégie de communication ou de celle de leur projet
- Le suivi efficace de leur communication
- 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 reconvertir 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 la communication d'événements culturels<ul style="list-style-type: none">- Ou vouloir gérer la communication d'artiste(s)- 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> : 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 ou en présentiel (Mix possible)</p>	



Objectifs pédagogiques

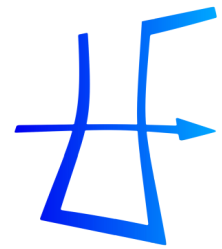
- Comprendre les enjeux actuels relatifs à la communication
- Apporter une connaissance des méthodes, des outils et des actions de communication
- Élaborer, mettre en œuvre et suivre sa stratégie de communication globale
- Maîtriser la base de l'évaluation de sa communication pour vérifier l'impact de 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 culture et de la musique représentés par les stagiaires
- La stratégie de communication globale
 - ⇒ Construire sa propre stratégie : méthodologie, mise en œuvre et mise en situation
 - Communication traditionnelle RP : Relations presse, relations publiques, rôle de l'attaché(e) de presse
 - Communication digitale : Sites web, Réseaux sociaux
 - Communication Marketing
 - Partenariats médias
- 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

Lesne Formation

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



Ensemble pour avancer
et pour vous réaliser

- L'image de l'artiste ou du projet : le « Kit Com »
 - ⇒ Créer et maîtriser l'identité de marque pour créer et réaliser les contenus à diffuser
 - Organiser une séance photos et / ou vidéo
 - Rédiger les biographies et textes
 - Choisir le contenu audiovisuel adéquat en fonction de l'identité de marque
- Être un bon communicant
 - Savoir mettre en valeur et « vendre » son projet
 - Savoir préparer à la communication orale : mise en situation de RV, d'entretiens, d'interviews
- Le projet final
 - Pourquoi avoir une stratégie de communication est essentielle avant de se lancer dans la recherche de fonds
 - Vérifier et apprendre à évaluer son projet

Organisation de la formation

Équipe pédagogique

- Laurence LESNE-PAILLOT
- 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

Version - Juillet 2023