

Réussir la communication d'un projet culturel

Objectifs :

Apporter une connaissance des principes de communication intégrés dans une stratégie globale.

Piloter et évaluer votre stratégie de communication de manière performante.

Rendre votre projet culturel singulier.

Établir votre propre plan de communication.

Programme détaillé :

Construire l'analyse préalable de son projet (6 étapes)

Le descriptif: explication et attributs (diagnostic/outil PESTEL ; carré de l'image ; analyse SWOT).

Les objectifs: s'agit-il d'une recherche d'image ou de comportement ?

Le positionnement : comment rendre un projet singulier dans un contexte surchargé.

Les cibles.

L'analyse du marché et des concurrents.

L'analyse des ressources et du budget.

Déterminer les supports de communication qui répondent aux objectifs du projet

Savoir faire des choix, établir des priorités en fonction des contraintes (temps, budget, ressources).

Définir son univers graphique et ses éléments de langage pour des outils efficaces.

Définir ses différents supports de communication *print* et web en fonction des cibles (B2B et B2C).

Focus sur les contenus visuels.

Comment optimiser des outils pour les 3 cibles que sont le public, les professionnels et les médias.

Écrire court et créer des niveaux de lecture selon les supports de communication. Ligne éditoriale ou *story telling*.

Réaliser le *zoning* (mise en page basique) de ses supports de communication. Mettre en valeur ses textes.

Les relais pour la diffusion des outils de communication

Définir ses modes de diffusion des outils print.

L'usage des réseaux sociaux.

L'utilisation optimale des newsletters.

La pertinence du site Internet.

Mise en situation professionnelle

Appui sur des situations professionnelles concrètes pour aborder le thème de la communication dans ses aspects théoriques et pratiques. Les participants peuvent apporter leurs propres documents : plan de communication, brochures, etc, afin de travailler sur leur propre problématique et de bénéficier de conseils personnalisés.

Bilan de fin de formation : définir son plan de communication, son rétroplanning et son kit promo.

Publics concernés : chargés de communication, artistes entrepreneurs, entrepreneurs de spectacles, responsables de structures du secteur culturel. Toute personne ayant besoin, dans son activité, d'utiliser une méthode éprouvée pour réaliser son plan de communication.

Prérequis : -

Durée : 2 jour(s) soit 14 heures

Coût : 500,00 net (pas de tva sur les formations)

Fréquence : environ deux fois par an

Effectif : maximum de 12 stagiaires

Formateurs : Véronique Broyer (Directrice de Lollypop, agence de communication).

Modalités d'évaluation : quizz, études de cas, mises en situation

Etude de satisfaction et d'impact : bilans à chaud et à froid

Attestation, certificat : Attestation d'assiduité

Modalités pédagogiques et moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéoprojections, documentation et supports papier

Ouvrage fourni avec la formation : //

Informations complémentaires : Cours enrichi sur plateforme ENT.

Public en situation de handicap : Si vous êtes en situation de handicap et/ou que la formation nécessite des aménagements spécifiques, merci de le préciser dans le formulaire de préinsription dans la case concernée et/ou de vous manifester auprès de notre réfèrent handicap par mail : formations@cnm.fr ou par téléphone au 01 83 75 26 00

Financement : dispositif de financement : <https://cnm.fr/dispositifs-et-financement-de-la-formation/>

Délai d'accès : selon liste d'attente, prévoir minimum un mois si demande de financement. Clôture des inscriptions 7 jours avant la date d'ouverture de la formation

Page web de la formation : <https://cnm.fr/formations/reussir-la-communication-dun-projet-culturel/>

Date de dernière mise à jour de cette page : 06/12/2022