



FORMATION

Communication : stratégie et numérique

Comment se différencier et structurer sa communication digitale à l'heure des nouveaux usages technologiques ? Comment conjuguer démarche marketing et responsabilité ? Ces deux jours de formation apportent des jalons pour optimiser sa stratégie de communication et se repérer dans les enjeux, outils et écueils de la communication numérique.

Durée : 2 jours (14 heures)

Publics : chargé·e·s de communication de structures culturelles

Prérequis : maîtrise de l'outil informatique

Objectifs pédagogiques

- Appréhender la communication numérique et ses enjeux
- Construire et optimiser la stratégie de communication au service du projet
- Comprendre les usages des publics pour choisir les outils
- Améliorer sa présence en ligne via une meilleure connaissance des outils
- Optimiser son usage des réseaux sociaux
- S'exercer au storytelling et à l'écriture pour le web
- Comprendre les technologies de ciblage et leurs enjeux
- Appréhender la communication responsable

Contenu de la formation

- Nouveaux usages et chiffres clés
- Différentes stratégies de communication du monde artistique et culturel
- Méthodologie et étapes clés : du planning à l'évaluation
- Prescriptions et relations aux publics
- Définitions de son image, travail autour du storytelling
- Ecriture pour médias numériques
- Outils indispensables pour une communication web
- Usages professionnels des réseaux sociaux



- Focus sur les plateformes existantes (musique, vidéo, crowdfunding)
- Partenariats, publicité, marketing, data et éco-responsabilité

Organisation de la formation

Intervenant·e en cours

Moyens pédagogiques et techniques

- Documents supports de formation projetés
- Exposés théoriques
- Etude de cas concrets

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

- Mises en situation
- Formulaires d'évaluation de satisfaction de la formation
- Questionnaire d'évaluation des compétences