artes
Formation Professionnelle

Fiche descriptive générique

Communication

Communication digitale : (re) Construire sa ligne éditoriale pour créer des contenus originaux

Version au 18/02/2025

En mode Présentiel ou Distanciel suivant les dates

Multiples canaux, multiples messages - parfois publics multiples - être identifié et valoriser ses spécificités n'est pas évident.‹br /› Méthodes et outils pour y parvenir.

PUBLIC CONCERNÉ

Chargé·e de communication ou toute personne en charge de la stratégie communication digitale d'une structure et toute personnalité devant s'exprimer en son nom (ex: artiste, directeur artistique, expert).

OBJECTIFS - COMPÉTENCES VISÉES

- Appréhender la réalité actuelle de la communication digitale
- Acquérir une méthodologie de construction d'une ligne éditoriale en misant sur sa singularité
- Savoir définir une identité, un concept, une personnalité
- Répondre à des besoins / objectifs clairement définis et atteignables
- Réaliser une charte éditoriale digitale en fonction de ses objectifs, de ses atouts et de ses ressources.
- Savoir choisir et élaborer les typologies de contenus adaptés à ses besoins
- Pouvoir reproduire ou prolonger la réflexion en interne avec son équipe

PRÉREQUIS

Cette formation nécessite d'avoir suivie le module intitulé : ***Elaborer une stratégie de (re)conquête de ses publics***

MODALITÉS D'ADMISSION

CONTENU

En parallèle d'une stratégie marketing et alors que les sujets transversaux prennent une part grandissante dans la communication, les contenus éditoriaux permettent de faire connaître la singularité de sa structure.

1. État des lieux synthétique de la communication digitale aujourd'hui :

- Fonction et fréquentation des différentes supports sur lesquels publier du contenu éditorial : supports (site web, newsletter...), réseaux sociaux (facebook, instagram, twitter, tiktok...)
- Typologie des différentes contenus "tendance" (articles, vidéos, images, podcasts, etc.) et leurs plateformes de prédilection

2. Déceler ses atouts et ses ressources et poser le cadre général :

- Interroger son projet éditorial en s'appuyant sur ses ressources et ses atouts : thématiques et sujets à aborder, image de la structure, valeurs...
- Réaliser son « portrait chinois » éditorial afin de préciser son cadre de réflexion : contexte et projet général de la structure, moyens et contraintes du service, objectifs visés, cibles...
- Objectiver les résultats attendus de la nouvelle ligne éditoriale

3. Définir sa personnalité digitale :

- Définir son ton et son identité par rapport à ses objectifs et ses cibles
- Découvrir des outils : le benchmarking, la charte éditoriale, la charte graphique digitale, les Persona...

4. Ébaucher sa stratégie éditoriale digitale :

- Identifier les typologies de contenus en fonction de ses atouts, ressources et objectifs - Comment choisir des sujets, des angles ? C'est quoi la différence ?
- Quel volume, quelle fréquence ?

5. Élaborer un plan d'action :
Expérience de co-développement : l'une des personnes participantes nous fera part d'une problématique liée à son projet éditorial. Les autres seront amenés à lui proposer des idées et des pistes de réflexion ou d'action. Une exploration qui fera finalement « cogiter » tout le monde et viendra nourrir les projets de chacun·e. Un exercice qui suit une méthodologie simple mais précise, pouvant être reproduite par la suite en interne.

FORMATEUR RÉFÉRENT et Direction pédagogique

La direction pédagogique est assurée par .

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation alterne l'exposé participatif (apports théoriques, pédagogie interrogative) et le plan d'action personnel (exemples de bonnes pratiques mobilisables par les participants, pédagogie active-interrogative).
La pédagogie active est priorisée, par mise en situation et cas pratiques, exercices individuels, conseils personnalisés à chaque participant.
Approche pédagogique basée sur l'idée de maïeutique (une méthode suscitant la mise en forme des pensées confuses, par le dialogue). Il s'agira de se poser des questions ensemble, misant sur le fait que chaque participant·e en détient les réponses, pour peu qu'elle ou il soit accompagné·e dans son cheminement. Elle propose aux participants d'en faire l'expérience afin de pouvoir reproduire cette démarche en interne, avec sa propre équipe, considérant qu'une stratégie éditoriale se construit à plusieurs voix, afin d'être au plus proche des attentes du terrain.

MOYENS ET SUPPORTS

Les lieux de formation disposent d'un espace d'accueil et de détente dédié (description détaillée sur notre site Internet).
Les salles de formation sont équipées de bureaux biplaces, de tableaux et moyens de projection à vocation pédagogique, d'accès au WiFi (à la discrétion du formateur). Les salles de formation sont fermées et sécurisées en dehors des temps de formation.
Chaque participant et formateur dispose d'un extranet individuel pendant la formation.
Les supports pédagogiques et les références bibliographiques sont fournis à chacun pendant ou après la formation, après avoir été commentés pour assurer leur bonne appropriation.

MODALITÉS DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

Avant la formation, chaque participant est invité à un entretien avec un conseiller, puis à compléter un questionnaire lui permettant d'exprimer directement au formateur sa situation et ses attentes.
Le contrôle des acquis en cours de formation est réalisé à l'aide de mises en situation, d'auto-diagnostic, de travaux pratiques ou dirigés, suivant les modalités pédagogiques.
Une évaluation qualitative est réalisée en fin de formation, puis analysée par l'équipe pédagogique. Le résultat global est à la disposition du participant.
Une attestation individuelle de formation, rappelant les objectifs, est remise au participant l'ayant suivie avec assiduité.

ORGANISATION, DURÉE ET COÛT PÉDAGOGIQUE

Effectif limité à 12 participants maximum.
Durée : 2 jours (14 heures de formation, y compris les activités pédagogiques effectuées à distance)
Tarif public : **1 320 €** par participant (net de taxes)

Tarif spécifique destiné aux personnes physiques, aux salariés d'associations et aux agents des communes de moins de 10 000 habitants :
925 € par participant (net de taxes)

Grâce au respect des procédures qualité en vigueur, nos formations sont éligibles à une prise en charge totale ou partielle par les dispositifs publics de financement de la formation.

Informations complémentaires

Cette formation a un taux de satisfaction de 96 % *(taux de répondants 100 % à la date du 18/02/2025)*

Accessibilité aux personnes en situation de handicap :

Nos formations sont accessibles aux personnes handicapées moteur dans la plupart de nos lieux de formation. D'autres types de handicaps et de compensations peuvent être pris en charge sur demande. Notre organisme de formation est doté d'un référent handicap qui peut étudier avec vous les différents aménagements de votre projet de formation.

Pour tout autre renseignement : 02 40 20 35 35

artes

Formation Professionnelle

www.artes-formations.fr
bonjour@artes-formations.fr

Tél : 02 40 20 35 35

16 rue Fouré
44000 NANTES

Déclaration d'activité de formation numéro 52 44 04 700 44 enregistrée auprès du préfet de la Région des Pays de la Loire
ARTES Formations SARL au capital social de 30 000 € - SIRET : 483 355 905 00058 - Code APE : 8559A