

Fiche descriptive à destination de l'employeur et des tiers financeurs

## Concevoir et optimiser la communication de ses projets

En mode Présentiel

### PUBLIC CONCERNÉ

Chargés de communication ou de diffusion, responsables de projet, responsables des relations avec les publics, médiateurs culturels, artistes, etc., ayant besoin d'élaborer des outils de communication performants, qu'il s'agisse de supports visuels, « papiers », numériques, de relations publiques ou relations presse.

### OBJECTIFS

- Acquérir une méthode de réflexion permettant de mettre en oeuvre une stratégie de communication et des outils correspondant aux objectifs et aux caractéristiques de ses projets (formes artistiques, publics, territoire...)
- Organiser la stratégie globale de communication, de la conception à la diffusion des supports
- Choisir et réaliser les outils les plus pertinents, qu'il s'agisse de supports « papier » (plaquettes, flyers, affiches, dossiers, communiqués et dossiers de presse...), visuels (photos, vidéos...) ou numériques (réseaux sociaux, newsletters, site web, mailings...)
- Savoir communiquer avec les médias, les partenaires, les financeurs...

### PRÉREQUIS

Cette formation ne nécessite aucune connaissance particulière préalable.

### CONTENU

#### Mettre en place une méthode de réflexion pour choisir les outils de communication les plus pertinents selon ses projets

- Définir ses objectifs et ses cibles
- Élaborer un plan de communication cohérent selon son projet et son budget
- Déterminer les supports de communication les plus adaptés et penser la complémentarité entre les types de documents (papier, visuels, numériques, relations publiques...)
- Organiser son travail et celui de ses collaborateurs, établir un rétro-planning
- Convaincre ses collaborateurs ou ses responsables de la pertinence de ses choix

#### Concevoir et réaliser des supports de communication attractifs et efficaces

- Savoir présenter une manifestation, un événement, un artiste, une structure...
- Assimiler les bases de l'écriture journalistique et publicitaire
- Maîtriser les aspects législatifs en matière d'utilisation d'images, de photos et de responsabilité éditoriale (sites internet)
- Mettre en oeuvre la réalisation de ses supports de communication

#### Travailler en bonne intelligence avec les médias

- Comprendre le fonctionnement des médias (locaux, nationaux, presse écrite, radios, télévisions, médias internet)
- Connaître les différents outils des relations presse
- Mettre en place un plan médias

#### Exercices pratiques (à partir des projets des participants)

## Concevoir et optimiser la communication de ses projets *suite*

- Élaboration du plan de communication d'un projet (spectacle, création, événement, exposition...)
- Exercices d'écriture (présentation d'un projet, d'un artiste, d'un spectacle ou d'une structure ; réécriture de texte...)
- Rédaction d'un communiqué de presse
- Conception du chemin de fer d'un dossier de presse, d'une plaquette...
- Tests sur l'efficacité graphique de différents documents (plaquettes, affiches, flyers...)
- Construction d'un rétro-planning

### FORMATEUR RÉFÉRENT et Direction pédagogique

#### Cécile CRÉCENT

Depuis 1989, elle a travaillé à différents postes pour des festivals, des événements, des associations culturelles (attachée de presse, chargée de communication, assistante de production, chef de projet web...).

Formatrice en communication depuis 2001, elle mène en parallèle une activité de consultante (études, conception et rédaction de documents...).

Quelques postes et/ou missions : Festival d'Été de Nantes, Les Arts au Soleil en Pays de la Loire, Tremolino, Communauté Urbaine de Nantes, Fondation Charles-Léopold Mayer, Pôle multimédia Médiagraph, CRIC, Songo/L'Olympic, Citémonde, Éditions Coméor, ARTES, CCI Nantes-Saint-Nazaire...

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.

Il est demandé aux participants d'apporter leurs documents de communication afin de pouvoir les analyser.

### 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 fin de formation, rappelant les objectifs, est remise au participant l'ayant suivie avec assiduité.

### ORGANISATION, DURÉE ET COÛT PÉDAGOGIQUE

Effectif limité à 10 participants maximum.

Durée : 3 jours (21 heures)

## Concevoir et optimiser la communication de ses projets *suite*

La prochaine édition de ce module débutera le : 16 novembre 2020

Tarif public FAZHAN : 1 590 euros, net de taxes, par participant

Tarif spécifique ARTES - Destiné aux personnes physiques, aux salariés d'associations et aux agents des communes de moins de 2500 habitants : 990 euros, net de taxes, par participant

*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 94 % (taux de réponses 50 % - mesuré à partir du 1/9/2020)

Cette formation fait partie de la famille thématique Communication, Marketing, Vente ([lien cliquable](#))

Formacode :

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.

Pour tout autre renseignement : 02 40 20 35 35

