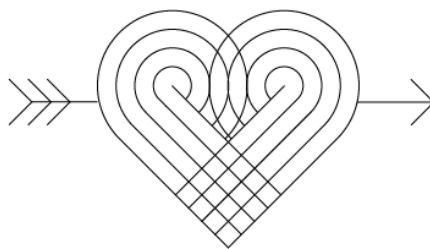


La Fabrique de Formation



Valoriser son projet culturel avec les réseaux sociaux

Écriture narrative, applications créatives et calendrier éditorial

Comment promouvoir son projet culturel via les réseaux sociaux ? Cette formation aborde les nouveaux usages et techniques pour produire un contenu adapté à son public.

En plus d'acquérir de nouvelles compétences ou de les renforcer, cette formation donnera des solutions pratiques pour valoriser et offrir une meilleure visibilité à vos projets culturels.

INTERVENANTE

MARINE ROUX – Manager de la communication stratégique et digitale, consultante en communication digitale dans le secteur culturel, de la restauration, TPM/PME et grands comptes. Diplômée de l'IDRAC Business School/Sup de Com Montpellier.

OBJECTIFS DE FORMATION

- Produire des contenus digitaux de qualité
- Fidéliser son audience en appliquant les techniques du récit authentique
- Utiliser de façon autonome des outils accessibles dédiés à la création de contenus

2,5 jours (17h)

30 septembre, 1er octobre (en présentiel) et 4 novembre 2024 (distanciel)

CONDITIONS DE PARTICIPATION OU PRÉREQUIS

- Pour suivre cette formation, il est conseillé d'avoir un cas concret de projet

PRÉREQUIS TECHNIQUES

- Ordinateur portable/tablette, smartphone avec connexion

CONTENUS

1. Comprendre les enjeux liés à la présence digitale des structures culturelles en mettant en perspective les mutations de notre société

- L'approche stratégique des réseaux sociaux : usages, consommation des médias, notre écosystème média, enjeux et efficacité des réseaux sociaux de manière globale et dans le secteur culturel
- Initiation aux différents canaux de diffusion : Facebook, Instagram, TikTok, GoogleMyBusiness
- Ateliers ludiques et pratiques

2. Etablir sa propre stratégie de communication digitale et savoir la mettre en œuvre de A à Z

- Définir ses cibles & ses persona pour produire un contenu qui fidélise
- Identifier ses objectifs, facteurs clés de succès
- Qu'est-ce qu'un pilier de contenu ?
- Exemple de plan de communication digitale de professionnels du secteur culturel
- Initiation au storytelling

3. Savoir mettre en place sa propre ligne éditoriale et la décliner grâce aux formats de posts les plus adaptés à sa structure, à son audience et à son message

- Présentation du large panel de formats éditoriaux social media
- Les nouveaux codes de narration et l'optimisation de son référencement
- Bonnes pratiques : qu'est-ce qu'un bon post ?

4. Être opérationnel et autonome dans sa création de contenu grâce à des outils accessibles

- Initiation à CANVA : présentation, apprentissage à la création et à ses déclinaisons
- Trouver des images et vidéos d'illustration libres de droit
- Initiation à l'application VN montage vidéo simple et gratuite

POSITIONNEMENT / SUIVI DE L'EXECUTION

- Entretien téléphonique préalable.
- Questionnaire pédagogique de positionnement : besoins, attentes, acquis existants recueillis en amont de la formation.
- Feuilles de présences signées par les stagiaires et les formateurs par demi-journée.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Classe en groupe en présentiel.



MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Programme de la formation actualisé en janvier 2024
- Formation animée en français.
- Des outils accessibles seront présentés avec des méthodes d'apprentissage et de prise en main
- Travaux individuels et en groupes
- Méthode pédagogique active et participative alternant apports théoriques, exemples concrets, exercices pratiques, études de cas individuels et en groupes.
- Cristallisation des acquis via : apprentissage progressif, auto-évaluation de ses connaissances, évaluation régulière (quiz, tour de cercle, outils créatifs d'évolution), projection dans l'après-formation, plan d'action
- Transmission d'une e-valise de ressources pédagogiques
- Séquences courtes, rythmées
- Travaux en sous-groupes, brise-glace
- Exercice pratique pour repartir avec un produit diffusable
- Prise en main d'outils concrets pouvant être réutilisé au sein de la structure des stagiaires
- Envoi d'un document de synthèse avec les bonnes pratiques et éléments à retenir pour l'après-formation

ÉVALUATION

- Synthèses partielles, tours de table
- Quiz : utilisé au démarrage et en fin de session pour mesurer sa propre progression
- Jeux cadres de formation, outil de co-développement
- Réalisation concrète pour allier théorie et pratique. Repartir avec un « produit » diffusable
- Temps d'évaluation de formation : évaluation sur les faits, critique positive, critique négative, mon sentiment, ma projection d'après-formation.

VALIDATION

- Remise d'une attestation de fin de stage et/ou certificat de réalisation.
- Formation non diplômante.



INFORMATIONS PRATIQUES

PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et de la promotion web : community manager, responsable ou chargé(e) de communication, des relations avec le public, chargé(e) de diffusion, de développement, agent artistique, manager, artiste...

EFFECTIFS

- 10 maximum.

TARIFS ET INSCRIPTION

- 680 euros par participant (selon votre situation, les tarifs peuvent varier, n'hésitez pas à nous contacter).
- Arsud n'est pas assujetti à la TVA pour son activité de formation.
- Formation non éligible au CPF.
- Inscriptions jusqu'à 5 jours avant le démarrage en fonction des places disponibles.
- Comment s'inscrire : par téléphone, par mail ou par le site.

Inscription validée à réception d'une fiche d'inscription complétée et d'une convention de formation signée.

HORAIRES ET DURÉE

- Classes en présentiel jours 1 et 2 : de 9h30 à 12h30 et de 13h30 à 17h30 (2 x 7h)
- Jour 3 en distanciel : 9h30 à 12h30

ACCESSIBILITÉ

Pour les personnes en situation de handicap, merci de nous contacter pour étudier la faisabilité et l'adaptation nécessaire : fabriqueformation@arsud-regionsud.com

CONTACT

04 42 94 92 00 / fabriqueformation@arsud-regionsud.com

Linda Tali – 06 76 35 40 50 – l.tali@arsud-regionsud.com

Margaux Ellis - 06 25 32 82 58 - m.ellis@arsud-regionsud.com

LIEU DE FORMATION

Bouc-Bel-Air (13320)