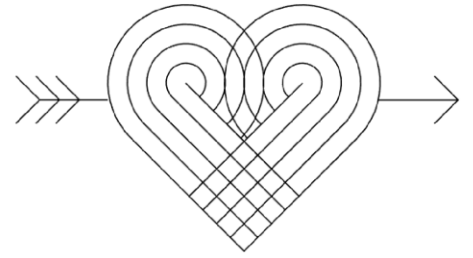




# La fabrique de formation



## Créer des liens durables avec ses publics : stratégies de développement et de fidélisation

Afin d'améliorer la visibilité de sa structure culturelle, de développer et de fidéliser ses publics, il est nécessaire d'élaborer une stratégie générale en termes de marketing et de communication. Cette formation propose une démarche proactive.

### INTERVENANT

#### ALPHA CULTURE

Créée en 2014, située à Paris, Alpha Culture est une agence de conseil qui accompagne les institutions publiques et privées dans la définition de leur stratégie envers leurs publics et dans la mise en œuvre de leurs projets artistiques et culturels.

### OBJECTIFS DE FORMATION

- Parvenir à définir les publics cible
- Définir les composantes stratégiques du marketing culturel
- Adapter sa stratégie de communication à la nature de son offre et aux caractéristiques de ses publics cible
- Mettre en exergue les caractéristiques distinctives de son offre

**2 jours (14 heures)**

**12 et 13 décembre 2024**

**Arsud, Bouc-Bel-Air (13320)**

## CONDITIONS DE PARTICIPATION OU PRÉREQUIS

- Pour suivre cette formation, il est conseillé d'avoir un cas concret de projet culturel.
- La formation implique un travail personnel durant le stage.

## PRÉREQUIS TECHNIQUES

- Être équipé d'un ordinateur connecté à internet, équipé d'une caméra, d'un micro et de sorties audio.

## CONTENUS

- **Le marketing : cycle marketing, principes généraux**
- **Le marketing et la culture : particularités du marketing culturel, principes généraux**

Connaître et comprendre leurs caractéristiques socio-démographiques, leurs attentes, leurs besoins

- **Savoir et interpréter les études des publics**

Comprendre et connaître ses publics

Objectifs et principes généraux

Techniques d'analyse

- **Choisir et orienter**

Penser et modifier son offre, intégrer les changements / Définir ses publics cible

Objectifs et principes généraux

Présentation de références

- **Promouvoir et vendre son offre**

Faire évoluer favorablement la fréquentation en quantité (nombre de visiteurs, spectateurs) et en qualité (cibles déterminées, non publics), fidéliser

Objectifs et principes généraux

Focus communication : vecteurs et cibles, bonnes pratiques, exemples de références (national, régional, ...)

## 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 formation créé en janvier 2024
- Formation animée en français.
- Des méthodes pédagogiques actives et participatives qui alternent apports théoriques, exercices pratiques, études de cas individuelles ou en petits groupes, mises en situation. La formation laisse une large place aux échanges et aux partages d'expériences pour faciliter la mise en perspective avec la pratique professionnelle des participants.
- Exposés et illustrations avec diaporamas et/ou supports pédagogiques individuels.
- Transmission d'une e-valise de ressources pédagogiques.
- Alternance de théorie (50%) et de mise en application (50%).
- 1 formateur pour 8 à 10 stagiaires.
- La responsable de formation est disponible en amont, tout au long et après la formation pour suivre le déroulement administratif et pédagogique, collectif et individuel.



## ÉVALUATION

- En cours de formation : évaluations formatives pendant les mises en situation débriefées, réalisation d'exercices pratiques, questions orales de compréhension, mises en application.
- A l'issue de la formation : bilan oral à chaud, questionnaire d'évaluation des acquis et de la satisfaction (Forms).

## VALIDATION

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

## INFORMATIONS PRATIQUES



## **PUBLIC**

Cette formation s'adresse aux personnes en charge de la communication et des relations avec les publics du secteur culturel, débutantes ou souhaitant confirmer leurs pratiques : structures culturelles, compagnies artistiques, artistes...

## **EFFECTIFS**

- 10 maximum par session.

## **TARIFS ET INSCRIPTION**

- 560 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 les jours 1 et 2 : 7h par jour de 9h30-12h30 et 13h30-17h30, soit 14 heures.
- Durée totale : 14 heures.

## **ACCESSIBILITÉ**

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

## **CONTACT**

04 42 94 92 00 / [fabriqueformation@arsud-regionsud.com](mailto:fabriqueformation@arsud-regionsud.com) / <https://fabrique-formation.com>

Linda Tali – responsable du conseil et de l'administration des parcours :

06 76 35 40 50 – [l.tali@arsud-regionsud.com](mailto:l.tali@arsud-regionsud.com)

Margaux Ellis – responsable ingénierie & développement de la formation :

06 25 32 82 58 - [m.ellis@arsud-regionsud.com](mailto:m.ellis@arsud-regionsud.com)

## **LIEU DE FORMATION**

Bouc Bel Air (13320)