

## Faire le bilan de sa saison

Analysez vos actions pour optimiser vos dispositifs



Alors que s'apaisent les tensions du quotidien, la fin de saison représente un temps privilégié de prise de recul. Que retenir des évolutions des populations et des publics ? Comment capitaliser les acquis ? Qu'apprendre des dysfonctionnements ? Comment hiérarchiser les remontées d'information ? Cette formation permet de poser un regard neuf sur ses publics et ses stratégies de communication. Elle aide à questionner ses outils, voire à repenser ses dispositifs et ses procédures.

### A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- analyser le positionnement du projet sur son territoire
- mesurer l'articulation des outils de communication et de relations aux publics
- optimiser les stratégies définies et les dispositifs élaborés

A l'issue de cette formation, la structure ou le service portera un diagnostic partagé sur sa saison écoulée afin de construire des perspectives communes.

### ■ Destinataires

Cette formation est organisée à la demande d'institutions culturelles du monde muséal ou patrimonial, du secteur du spectacle vivant, de l'événementiel, des arts plastiques et visuels.

### ■ Publics

Cette formation s'adresse à toutes les personnes en contact avec les publics, qu'elles soient en charge du développement, de la communication, de la billetterie ou de l'accueil.

### ■ Méthodes

Cette formation est ancrée dans la réalité quotidienne des participants. Ses méthodes pédagogiques articulent des exposés oraux à des travaux en sous-groupes et des séances de restitution qui favorisent le débat et la mise en perspective.

### ■ Durée

La durée de cette formation est comprise entre 2 et 3 jours, en fonction du degré d'approfondissement souhaité par le commanditaire. Pour favoriser les retours sur expériences, elle peut être scindée en deux sessions non consécutives.

### ■ Documentation

Les documents travaillés et les grilles mobilisées au cours de la formation constituent l'essentiel de la ressource diffusée lors du module.

### ■ Evaluation

Une attestation de formation est délivrée à chaque participant à l'issue du module.





Au cours de cette formation seront notamment abordées les thématiques suivantes :

**Comprendre les évolutions de ses publics**

analyser la fréquentation des manifestations  
identifier une segmentation des publics  
cerner les rythmes et les contextes des pratiques  
apprécier le rôle des relais individuels et collectifs  
évaluer le poids de l'environnement concurrentiel  
repérer les tendances lourdes  
relativiser les phénomènes conjoncturels

**Mesurer l'impact de ses outils**

distinguer la fonction de chaque outil  
appréhender le rôle des nouveaux canaux de communication  
comprendre les articulations

**Partager des stratégies**

formuler des objectifs  
définir des temps forts et des manifestations clés

**Concevoir des outils et des dispositifs**

définir des objectifs qualitatifs et quantitatifs  
structurer l'offre tarifaire  
articuler les approches qualitatives aux approches quantitatives  
élaborer le plan de promotion de la saison à venir



Responsable pédagogique  
Jean-Philippe Durand



22 rue de Picardie - 75003 Paris  
Tél : 01 48 87 58 24  
Fax : 01 48 87 65 16  
[www.agecif.com](http://www.agecif.com)

**Contact**  
Jean-Philippe Durand  
Responsable pédagogique