Programme de formation

Choisir ses outils de communication

Objectifs :

Les nouveaux médias ont amené un élargissement des possibles pour qui développe sa promotion. Comment choisir entre les réseaux sociaux ? Un site internet pour quoi faire ? À quoi servent maintenant les newsletters ? Quel impact ont le street marketing ou les annonces web ? Les affiches, les flyers, les programmes ont-ils encore un rôle dans un plan de communication ? Comment exploiter le pouvoir de l'IA pour appuyer le travail de communication ? Bref, comment s'y retrouver pour agir stratégiquement ?

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :
- formuler des objectifs clairs, réalistes et évaluables
- identifier les publics et leurs usages
- évaluer l'intérêt des supports de communication en fonction de leurs projets
- choisir les supports en fonction de leur stratégie
- intégrer les enjeux et les possibilités offertes par l'IA
- développer des arguments pour justifier leurs choix
- articuler les actions de communication dans un plan cohérent
- bâtir un média planning

A l'issue de cette formation, l'entreprise ou l'artiste développera une communication adaptée à ses publics et à ses projets et garantira la cohérence des actions de communication même si elles sont menées par des personnes différentes.

Publics et prérequis :

Cette formation s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent utiliser au mieux et développer les outils numériques et / Ou les médias traditionnels dans une stratégie de communication maitrisée. Cela peut être des personnes en charge de la communication, des relations publiques ou de la recherche des publics, de l'accueil, de la promotion, qu'elles occupent des fonctions décisionnelles ou opérationnelles. Sont également ciblés, artistes, porteurs de projets individuels, personnes travaillant sur une création, reprise ou pérénisation d'entreprise.

Méthodes pédagogiques et moyens techniques :

Les pratiques et les questionnements des participants seront au cœur même de l'intervention. Les apports théoriques de cette formation sont organisés sous la forme d'exposés et de commentaires de fiches techniques et d'exemples. Une large part sera donnée aux questions et à l'étude d'exemples apportés par les participants eux-mêmes. Cette formation est très adaptative en temps réels. Les préoccupations des participants seront au centre de la formation. La grande expérience de formatrice de l'intervenante lui permet de mutualiser les bonnes pratiques.

Durée :

21 heures.

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

Formaliser les éléments stratégiques de son projet
les enjeux
les objectifs de communication
les publics
les zones géographiques d'influence
les sujets et les éléments de message

Mesurer ses capacités de mise en œuvre
les moyens financiers
le facteur temps
les ressources humaines

Maîtriser les grandes règles de conception de supports de communication
l'identité visuelle et la charte graphique
les notions essentielles de la communication visuelle
les techniques de base de la communication digitale

Comprendre les fonctions des supports de communication, leurs atouts et leurs limites
les réseaux sociaux : Facebook, Twitter, Instagram
les newsletters
les sites internet
la communication événementielle
le street marketing
les supports print

Arbitrer entre tous les supports de communication
les intérêts stratégiques des supports
les usages des publics
la synergie entre les supports
les moyens dédiés : temps, budget, ressources humaines

Mettre en œuvre la stratégie de communication
la formalisation
la planification
l'organisation
le suivi
l'évaluation

Activités pédagogiques individuelles et/ou collectives tout au long de la formation
l'efficacité des supports de communication culturels
la comparaison de différentes campagnes de communication
l'analyse de l'accessibilité et de l'impact d'un contenu web
les enjeux des différents outils
la production de contenu avec l'IA générative

Validation des acquis et évaluation :
La méthode pédagogique est centrée sur des allers et retours entre contenus théoriques et

questionnements en rapport avec la situation professionnelle des stagiaires. En conséquence, la validation par le formateur des acquis de la formation, de la compréhension des questions abordées et de l'évolution des compétences se fait tout au long de l'action par un système de questions/réponses, d'exercices, de questionnaires et d'échanges entre les participants et lui même. Une attestation de suivi de formation est remise à chaque participant à l'issue du module. Elle précise les dates de réalisation et le volume horaire suivi.

Documentation :

La documentation remise aux participants est composée des supports d'études de cas, d'études et de synthèses des cours L'intervenant propose un certain nombre de ressources en ligne et des ouvrages de référence print ou web.