

Elaborer une stratégie et construire un plan de communication

Financement

Formation professionnelle continue
Non conventionnée / sans dispositif

Organisme responsable et contact

WEBSET
David LOUIS
05.35.54.19.23
david@webset.fr

Accès à la formation

Publics visés :

Demandeur d'emploi
Jeune de moins de 26 ans
Personne handicapée
Salaré(e)
Actif(ve) non salarié(e)

Sélection :

Tests
Entretien

Niveau d'entrée requis :

Sans niveau spécifique

Conditions d'accès :

Toute personne en charge de la communication ou ayant besoin de la communication pour son projet ou ses missions, ou qui ont besoin de remettre leur pratique en question, pour s'adapter à de nouveaux publics et aux nouveaux médias, à un poste décisionnel ou opérationnel. Cette formation s'adresse en particulier aux acteurs de la culture et du spectacle vivant.

Prérequis pédagogiques :

Non renseigné

Contrat de professionnalisation possible ?

Non

Objectif de la formation

Dans un paysage riche en canaux de diffusion et en supports d'information, il faut faire preuve de stratégie, de créativité et d'un peu (beaucoup) d'organisation pour que sa communication soit efficace. Alors, comment construire sa stratégie ? Quels médias choisir ? Quels messages diffuser ? Comment choisir ses cibles ? À l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de : - Comprendre les enjeux de la communication en général et de la communication culturelle en particulier - Concevoir un plan de communication - Choisir les outils et moyens adaptés à ses objectifs - Mettre en œuvre et piloter son plan de communication

Contenu et modalités d'organisation

Comprendre les enjeux de la communication globale et de la communication culturelle Communiquer : définition, objectifs et enjeux Le marketing culturel Concevoir un plan de communication : Pourquoi construire un plan de communication L'audit Définir ses objectifs Positionnement, image et notoriété Écrire son message Définir ses cibles Analyser ses moyens Choisir les outils et moyens adaptés à ses objectifs : Le logo et la charte graphique Les supports imprimés La communication digitale Les relations presse Les relations publics et la médiation Le partenariat et le mécénat Les achats d'espaces publicitaires Mettre en œuvre et piloter son plan de communication : Formaliser : les différents plans de communication S'organiser : travail collaboratif, gestion des priorités, outils d'aide à l'organisation Pilotage : statistiques et analyse des actions Quelques points de loi : RGPD, droit à l'image, droit d'auteur

Parcours de formation personnalisable ? **Oui** Type de parcours **Non renseigné**

Validation(s) Visée(s)

> Attestation de fin de formation

Et après ?

Suite de parcours

Non renseigné

Calendrier des sessions

Numéro Carif	Dates de formation	Ville	Organisme de formation	Type d'entrée	CPF	Modalités
00260512	du 17/12/2021 au 31/12/2022	LIBOURNE (33)	WEBSET		Non éligible	
00341894	du 01/01/2023 au 31/12/2023	LIBOURNE (33)	WEBSET		Non éligible	
00438995	du 01/01/2024 au 31/12/2024	Bordeaux (33)	WEBSET		Non éligible	