

NOS FORMATIONS



Numérique, marketing, environnement...
Des formations pour mieux penser votre stratégie !



01. COMMUNICATION ET MARKETING

- . Utiliser le marketing culturel et développer vos publics / [PAGE 4](#)
- . Mettre en place une stratégie de communication efficace / [À VENIR](#)

NUMÉRIQUE 02.

- Mettre en place une stratégie de marketing digitale / [PAGE 6](#)
- Utiliser les réseaux sociaux pour augmenter sa visibilité / [PAGE 8](#)

03. DÉVELOPPEMENT DURABLE

- . Élaborer et mettre en œuvre une démarche environnementale cohérente et durable pour son projet culturel / [PAGE 10](#)
- . S'engager dans un numérique plus responsable / [À VENIR](#)



LES
OEUVRES VIVES
Développeurs de sens 

lesoeuvresvives.fr
06 19 03 09 62

contact@lesoeuvresvives.fr



LE FORMATEUR



Diplômé en Histoire de l'Art et en Ingénierie culturelle, Cyril Leclerc bénéficie de 20 années d'expérience dans le secteur culturel (dont plus de 15 dans la communication et le marketing).

Depuis 8 ans, il intervient et accompagne acteurs et entrepreneurs culturels dans la mise en place de leur stratégie. Il croise différents outils (gestion de projet, environnement et RSE, communication, marketing, design thinking...) qu'il met au service des organisations qu'il conseille... pour enrichir leur projet, lui apporter plus de sens...

Quelques références :

Alsace Destination Tourisme (Châteaux forts d'Alsace), Abbaye de Noirlac, Agence Culturelle du Grand Est, Bords2scènes (Vitry Le François), Centre National de la Danse, FRAC Alsace (Art Contemporain), France Festivals, Gallia Théâtre Cinéma Saintes (Spectacle vivant / Scène conventionnée de Saintes), Le Mouffetard, Théâtre des Arts de la Marionnette de Paris, Muséum National d'Histoire Naturelle, Musée Unterlinden (Colmar)...

Ils ont dit :

*«Son approche du marketing culturel est au plus juste des transformations et des enjeux actuels du secteur culturel.»
(Auvergne Rhône Alpes Spectacle Vivant)*

*«Cyril nous a permis de questionner nos pratiques grâce à son expertise et nous a apporté nombre de pistes de réflexion»
(Communauté de Communes du Val d'Argent)*

«L'expérience et les qualités professionnelles de Cyril Leclerc sont précieuses pour accompagner les stratégies du changement qui seront nécessairement à l'œuvre dans les mois à venir pour le secteur artistique et culturel.» (France Festivals)

UTILISER LE MARKETING CULTUREL ET DÉVELOPPER VOS PUBLICS

CONTEXTE DE LA FORMATION

Souvent considéré comme un synonyme de « commercial », le marketing est, à tort, parfois considéré comme incompatible avec un projet culturel. Pourtant lorsqu'il s'agit de réfléchir le **développement ou la fidélisation des publics, de repenser son projet de façon global et à long terme, de susciter des partenariats ou d'améliorer sa visibilité / sa lisibilité**, le marketing culturel est un formidable outil de rigueur et de cohérence. Au cours de deux journées ponctuées d'exercices ludiques, de travaux en groupe ou individuels, apprenez à maîtriser et utiliser les outils du marketing culturel.

DURÉE ET MODALITÉS DE LA FORMATION

Formation distancielle ou présentielle / 4 participant.e.s minimum, 8 maximum

Chaque participant.e.s se verra remettre un support de cours à l'issue de la formation

Budget et prise en charge : nous contacter

PRÉREQUIS

- Avoir des bases en communication (dont la communication digitale) et en relation avec les publics
- Avoir un projet culturel, artistique prêt à être mis en relation avec ses publics
- Avoir une vision globale du projet de sa structure culturelle

PUBLICS CIBLES

- Secrétaire général.e, responsable communication, chargé.e de communication
- Directeur d'une organisation culturelle (festival, spectacle vivant, musée...).

DURÉE

14h00 / 2 journées



LE PROGRAMME

Jour 1

1 - Formuler son projet culturel

- La spécificité de l'offre culturelle
- Traduire votre projet culturel sans le trahir
- Différencier son projet culturel / s'appuyer sur votre unicité
- Conjuguer toutes les facettes de son projet culturel pour atteindre vos objectifs
- Donner plus de sens et de cohérence à votre projet culturel

2- Définir les publics d'un projet culturel

- Analyser les motivations / freins des publics culturels
- Marcher dans les pas de vos publics
- Transformer la satisfaction en fidélisation / capitaliser sur l'expérience des publics culturels
- Aller plus loin dans l'approche en utilisant la RSO et la notion de parties prenantes

Jour 2

3- Appliquer les outils marketing dans le domaine culturel

- Définir les spécificités du marketing culturel
- Formuler son positionnement et se démarquer en s'appuyant sur les ressources du projet culturel
- Observer puis faire un choix : les bases de la stratégie marketing
- Intégrer la soutenabilité dans ses choix marketing

4- Mettre en œuvre une stratégie de marketing culturel

- Formuler votre plan d'action marketing (4P / SAVE)
- Créer votre marque culturelle
- S'appuyer sur le marketing digital
- Comprendre les fondamentaux de la communication responsable

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE MARKETING DIGITALE



LA FORMATION

Vous désirez monter en compétences dans le domaine du marketing digital ? Vous cherchez à augmenter la visibilité en ligne de votre activité et vos performances sur les réseaux sociaux ? Cette formation vous offre l'occasion d'optimiser votre stratégie digitale et de construire un écosystème numérique cohérent.

DURÉE ET MODALITÉS DE LA FORMATION

Formation distancielle ou présentielle / 4 participant.e.s minimum, 8 maximum.

Chaque participant.e.s se verra remettre un support de cours à l'issue de la formation.

Budget et prise en charge : nous contacter

PRÉREQUIS

- . Avoir des bases en communication (dont la communication digitale)
- . Disposer d'un site internet et d'outils digitaux (réseaux sociaux, newsletter) avec des indicateurs

PUBLICS CIBLES

Responsable et / ou chargé.e des relation avec les publics, responsable et / ou chargé.e de communication, responsable et / ou chargé.e de la billetterie...

DURÉE

14h00 / 2 journées



LE PROGRAMME

Jour 1

1- Définir sa stratégie globale

- Analyser / faire un audit de l'existant
- Définir et/ou affiner vos cibles
- Formuler des objectifs SMART
- Mettre en place une stratégie qui reflète la raison d'être de votre organisation

2- Déployer son écosystème web

- Élaborer une stratégie de contenu et une charte éditoriale pour vos différents supports

Jour 2

2- Déployer son écosystème web (suite)

- Optimiser le référencement et la visibilité de votre site internet
- Interagir avec les publics sur les réseaux sociaux
- CRM et newsletter : un contact régulier et personnalisé avec vos publics

3- Mettre en place une stratégie de marketing digitale responsable

- Comprendre et évaluer les impacts du numérique
- Écoconcevoir sa communication digitale : contenants et contenus
- Le marketing digital responsable : une stratégie combinant performance et responsabilité

UTILISER LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR AUGMENTER SA VISIBILITÉ

LA FORMATION

Cette formation vous permet d'insérer les réseaux sociaux dans votre stratégie de communication : choisir ceux-ci en fonction des objectifs, des cibles et de la raison d'être de leur projet.

Vous acquérez les bons réflexes pour prendre en main les réseaux sociaux (création, optimisation...), pour gagner en cohérence (charte et calendrier éditorial), à animer une communauté...

Par ailleurs, elle vous invite à prendre du recul sur l'utilisation des réseaux sociaux, leur impacts environnementaux et sociétaux tout en proposant des solutions pour atténuer ces derniers.

DURÉE ET MODALITÉS DE LA FORMATION

Formation distancielle ou présentielle / 4 participant.e.s minimum, 8 maximum

Chaque participant.e.s se verra remettre un support de cours à l'issue de la formation

Budget et prise en charge : nous contacter

PRÉREQUIS

- . Avoir quelques bases en communication
- . Avoir un projet entrepreneurial, associatif ou culturel bien précis
- . Avoir des bases en informatique, notamment Excel et posséder un ordinateur
- . Avoir déjà une pratique sur les réseaux sociaux

PUBLICS CIBLES

La formation s'adresse aux employés du secteur associatif, culturel, entrepreneurial (chargé.e.s de communication, chargé.e.s de communication digitale) mais aussi aux chef.fe.s d'entreprises.

DURÉE

14h00 / 2 journées



LE PROGRAMME

Jour 1 : Comprendre et faire des choix

- Découvrir les réseaux sociaux
- Les réseaux sociaux : un outil conversationnel
- Mettre en place une stratégie éditoriale sur vos réseaux sociaux
- Apprendre à analyser vos réseaux sociaux
- Mettre en place sa stratégie éditoriale / social média
- Développer des bonnes pratiques en terme de communication responsable

Jour 2 : Mettre sa stratégie en pratique

- S'organiser avec le calendrier de publication
- Maîtriser les bonnes techniques d'animation de la communauté
- Déployer votre plan d'action

ÉLABORER ET METTRE EN OEUVRE UNE DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE COHÉRENTE ET DURABLE POUR SON PROJET CULTUREL

LA FORMATION

A l'heure des limites planétaires (dérèglement climatique, érosion de la biodiversité), mettre en place une démarche environnementale au sein de votre organisation permet de mettre en place une démarche plus sobre et d'anticiper les potentiels chocs à venir, d'assurer plus facilement la durabilité de votre activité. Dans cette optique, cette formation vous propose d'apprendre à mettre en place un plan d'action global et cohérent.

DURÉE ET MODALITÉS DE LA FORMATION

Formation présentielle / 4 participants minimum, 8 maximum

Chaque participant.e.s se verra remettre un support de cours à l'issue de la formation

Budget et prise en charge : nous contacter

PRÉREQUIS

- . Comprendre les différents enjeux environnementaux liés à son projet culturel
- . Avoir une vision globale de tous les tenants et aboutissants de son projet culturel

PUBLICS CIBLES

Cadres du secteur culturel (spectacle vivant, musées, patrimoine...) souhaitant réduire l'impact environnemental de leur(s) projet(s)

DURÉE

14h00 / 2 journées

La formation (en présentiel) fera essentiellement appel à la mise en action et la réflexion des participants sur leur propre cas.

Elle alterne courts temps théoriques, exercices pratiques et jeux pédagogiques



LE PROGRAMME

Jour 1

1- Quelles bases de départ ? Structurer sa démarche

Cette première journée propose de réfléchir à la mise en place d'une stratégie de transformation écologique : état des lieux, identification des parties prenantes et de la zone d'influence du projet et rédaction d'un plan d'action.

Jour 2

2- Quels défis à relever ? Transformer son activité culturelle afin de la rendre plus respectueuse de l'environnement

Pour chaque thématique abordée (numérique, mobilités, numérique...), chaque participant sera amené à :

- faire un état des lieux / évaluer sa propre situation
- à imaginer des solutions d'amélioration / de transformation pour sa propre activité

Jour 3

3- Par quoi commencer ? S'organiser et planifier ses actions et impliquer durablement ses équipes

Cette étape permettra à chaque participant d'apprendre à formuler un plan d'action à même de mobiliser ses équipes.

4- Comment progresser ? Eviter les écueils et perfectionner sa démarche

Cette dernière partie s'intéressera à la formulation d'indicateurs pour mesurer l'efficacité de la démarche. Elle proposera également des bonnes pratiques pour éviter le greenwashing.

→TEL :

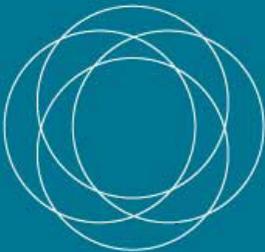
06 19 03 09 62

→MAIL :

contact@lesoeuvresvives.fr

➔ WEB : lesoeuvresvives.fr

➔ MAGAZINE EN LIGNE :
communicant.info



LES OEUVRES VIVES
FORMATIONS
COMMUNICATION ET MARKETING
NUMERIQUE RESPONSABLE
DEVELOPPEMENT DURABLE