

STRATÉGIE DE COMMUNICATION : RÉSEAUX SOCIAUX ET INFLUENCE



PUBLIC

Jeunes créateur·ice·s
d'entreprises culturelles.

PRÉ-REQUIS

Professionnel·les du secteur
culturel

INTERVENANT·E·S

Théo Lima

Directeur Général de la
GLMB INFLUENCE : le Label du
DJ producteur MORIS BEAT
également Agence Conseil
pour la jeunesse de Marseille.
Passionné de stratégies
publicitaire, média et influence
depuis 2009 ; 10 années en
Agences à Paris — Mc Donald's,
Ford, SNCF, Footlocker, Focal,
Trace TV, BXSH Records, Afrodop,
Only Pro, Pipa Wave, MB Industry,
Studio Massai, 13 heures 13, Le
Makeda.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

La formation sera suivie d'une
évaluation sous forme d'un
questionnaire rempli par les
participant·es portant sur le
déroulement de l'action afin de
mesurer la satisfaction globale
sur l'organisation, les qualités
pédagogiques du/de la
formateur·ice, les
méthodes et les supports utilisés.

SANCTION DE LA FORMATION

La formation sera sanctionnée
par la remise d'une attestation
individuelle de formation,
mentionnant les objectifs,
la nature et la durée de la
formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Analyser les tendances à l'oeuvre dans son métier ; cartographier l'environnement compétitif ; positionner son offre et construire son audience durablement.
- Définir une ligne éditoriale ; l'état d'esprit à incarner pour son projet ; la tonalité qui fédère une communauté, le message à faire passer (clients, partenaires, fournisseurs, etc.).
- Élaborer une stratégie de communication ; anticiper la production des contenus, rédiger un planning et s'y tenir ; impliquer des outils, compétences ou partenaires clefs, selon ses ressources.
- Diffuser une campagne multicanal ; parler à sa cible selon ses usages et points de contact ; construire une base de donnée en lien avec ses objectifs à court, moyen et long termes.

A l'issue de la formation, les participant·es seront en capacité de :

- Identifier les forces à faire valoir pour se démarquer ;
- Décrire son persona marketing, ses habitudes et ses goûts ;
- Construire son budget communication et adapter la voilure ;
- Animer une communauté sur tous ses réseaux ;
- Démarcher un relai d'influence, un média ou un partenaire ;
- Se fixer des objectifs, évaluer le résultat de son action.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche pédagogique :

- Participative ;
- Prenant appui sur les projets réels des stagiaires.

Méthodologie :

- Réflexion stratégique associée à un outillage pratique ;
- Alternance de contenus à transmettre et d'exercices pratiques ou temps de questionnement collectifs ;
- Utilisation des méthodes de conception de l'«UX Design».

Techniques d'animation :

- Brainstormings collectifs ;
- Réflexion collective autour du projet des stagiaires ;
- Appui sur supports-papier récapitulatifs ;
- Atelier de co-construction.



- 2 jours
- 7h par jour
- De 9h30 à 17h30 avec 1 heure de pause déjeuner



Nous contacter
Formation éligible aux fonds des
OPCCO



Plateforme Dynamo / AMI
41 rue Jobin
Friche la Belle de Mai
13003 Marseille



Délai d'accès : en fonction de
votre financement, de 1 mois
à 15 jours avant le début de la
formation



L'ensemble de nos locaux est
accessible aux personnes à
mobilité réduite.
Pour les autres types de
handicap (sensoriel, psychique,
déficience intellectuelle ou
cognitive) un entretien préalable
avec notre référent handicap
sera réalisé afin de vérifier
l'adéquation entre le handicap
et le projet de formation.



dynamo@amicentre.biz