



Former des professionnels compétents, autonomes, réflexifs, responsables

OUTILS PROMOTIONNELS ET LE PLAN MEDIAS

■ PUBLIC

Toute personne en charge de la communication et des relations avec les médias : chargé (e) de communication et/ou de relations avec les publics, chargé (e) de diffusion, chargé (e) de développement, manager....

PRE REQUIS

Cette formation ne nécessite pas de pré requis

■ OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

Mettre en place des partenariats médias, élaborer un rétro-planning, organiser des interviews, show-case
Maîtriser les outils du Web Marketing pour augmenter ses contacts

Acquérir les outils de l'efficacité personnelle, prendre la parole en public (interviews, émissions, attitudes, discours...)
Rédiger des contenus attractifs, courts, accrocheurs pour votre site Internet et gagner de nouveaux clients

■ DUREE HORAIRES DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

Formation d'une durée de 4 jours soit 28 heures - Horaires : 9 h-12h30 et 14h-17h30

Modalités en présentiel : en intra-entreprise de 1 à 8 stagiaires ou en inter-entreprises de 4 à 8 stagiaires

■ ACCESSIBILITE PERSONNES A MOBILITE REDUITE

Les formations en inter établissements se déroulent au CMCI immeuble accueillant les Personnes à Mobilité Réduite
PMR 2 rue Henri Barbusse 13001 Marseille.

■ METHODES – MOYENS PEDAGOGIQUES

Les méthodes pédagogiques actives et participatives alternance d'apports théoriques, exercices pratiques, études de cas individuel ou en petits groupes, exploitations de situations concrètes vécues par les participants dans leur pratique professionnelle

Les modalités techniques : un poste de travail PC est mis à disposition de chaque stagiaire, équipé des outils bureautiques et accès à internet. Un livret présentant l'ensemble des thèmes sera remis à chaque participant format papier et numérique. Les apports techniques du formateur seront étayés par des documents projetés en vidéo projection.

■ EVALUATION

- Evaluation formative de la formation sous forme d'études de cas, mise en situation, chaque participant rédigera une chronique culturelle ou un portrait d'un artiste, qu'il présentera en live dans une radio partenaire.
Rédaction d'un communiqué de presse et élaboration d'un rétro planning d'un événement culturel.
- Evaluation individuelle « à chaud » du niveau de satisfaction sera effectuée auprès des participants « à chaud », le dernier jour de la formation sous forme d'entretiens de groupes et de questionnaires individuels remis aux participants.
- Attestation d'assiduité

■ CONTENU

- **Les outils de communication/ promotion pour la diffusion d'un spectacle**
 - Les éléments du dossier de création selon le destinataire
 - Présentation de l'artiste et des membres de l'équipe (CV)
 - Présentation des spectacles précédents
 - Présentation du projet artistique : description, origine
 - Plan média, partenaires, lettres de recommandations, revue de presse, photos, vidéos
 - Fiche technique. Plans, éléments de scénographie
- **Les outils du Web Marketing**
 - Personnalisation du profil
 - Réalisation d'un bloc web et newsletters pour fidéliser ses lecteurs
 - Création de contenus (écrits, audio, vidéo) pour le web et mise en ligne
- **Les supports promotionnels et réseaux sociaux**
 - Les réseaux sociaux pour réussir la promotion artistique
 - Création et mise à jour de son profil (rédaction des textes, choix des visuels)
 - Animation réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn...
- **Création de contenus (écrits, audio, vidéo) pour le web et mise en ligne**
 - Rédaction d'un message concis, précis, structuré et accessible
- **Rôle et fonction de l'attaché de presse**
 - Interface entre un artiste et son public sur les médias
 - Le système de communication : éléments en jeu :
 - 1 L'émetteur : l'entreprise culturelle
 - 2 Le message véhiculé
 - 3 Le récepteur ou destinataire du message
 - 4 Le vecteur du message qui permet l'acheminement du message de l'émetteur vers le récepteur
- **Les supports de communication de la production, à l'organisation et la diffusion d'un spectacle :**
 - Communiqués et dossiers presse : rédaction, illustrations...
 - Rédaction et élaboration dans la logique du récepteur ou destinataire
 - Elaboration d'un rétro planning
- **Le monde des médias et culture médiatique**
 - Historique du "média" (Radio, TV, Internet)
 - Télévision, radio, internet et mobile: Les nouveaux métiers d'aujourd'hui et de demain.
 - De l'information à 'L'info-tainment" : Qu'est-ce que "l'actualité"?
 - L'animation micro, ses intonations et ses déclinaisons : voix, posture
 - Rédaction de chroniques destinées aux médias (radio, TV)

■ TARIF

700€ (sept cents) par stagiaire en inter-entreprises, sur devis en intra-entreprise

■ INTERVENANTS

BELLAZGHARI SALIM, responsable Loisirs & Evènements à l'UCPA et à NRJ Music Awards, intervient sur le monde des médias
LINO SOPHIE Consultante développement de projets dans les arts et la culture et missions de communication

■ CONTACT

Claudine AMAT, responsable de formation téléphone 06 08 32 56 87 E-mail formation@laclique-production.com
Pour demande d'informations sur les financements et les modalités d'inscription