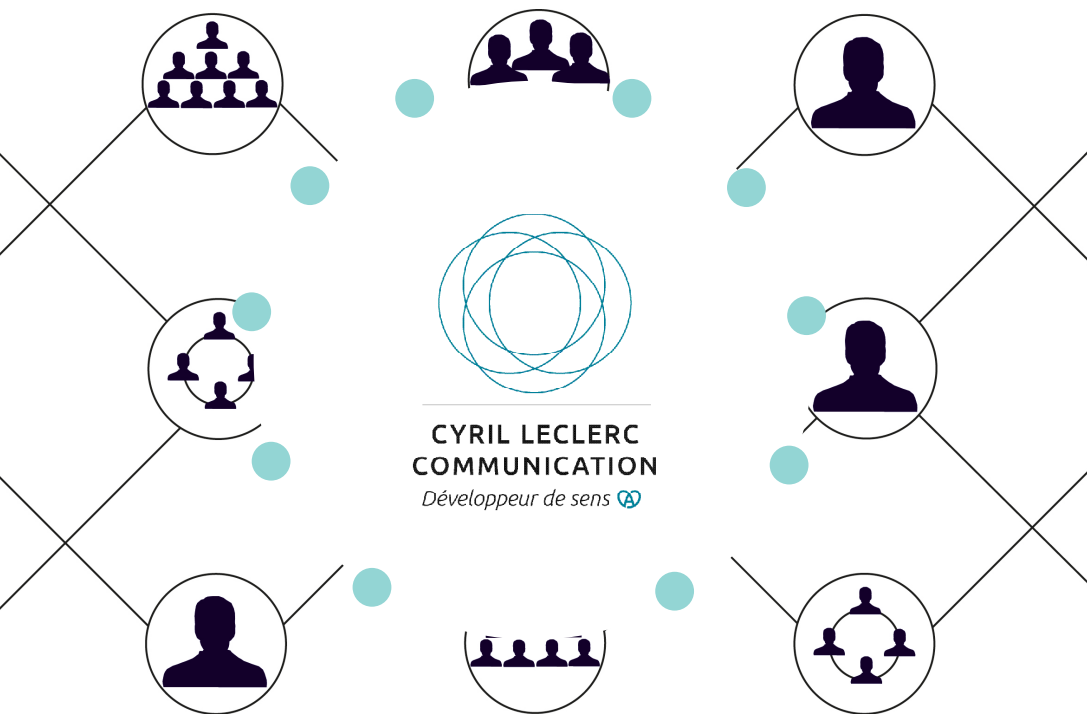


DÉVELOPER UNE RELATION

DURABLE AVEC SES PUBLICS

DE L'EXPÉRIENCE CULTURELLE À LA FIDÉLISATION



UNE FORMATION DE 2 JOURS
proposée et animée par Cyril Leclerc

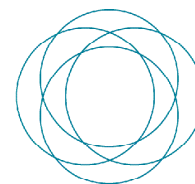
À PROPOS DU FORMATEUR

Cyril Leclerc
conseiller en communication culturelle

Diplômé en Histoire de l'Art et en ingénierie culturelle, il s'est ensuite spécialisé dans la communication. Après 15 ans d'expérience dans le domaine culturel (dont 10 ans dans la communication), il propose ses services aux porteurs de projets dans les domaines culturels, artistiques et patrimoniaux. Il se définit comme développeur de sens. Il met les outils marketing au service de projets culturels et utilise la communication pour enrichir un projet culturel, lui apporter plus de sens.

Ils lui ont fait confiance !

- Agence Culturelle d'Alsace
- Compagnie Somebody
- France Festivals
- Gallia-Théâtre-Cinéma de Saintes
- Université de Strasbourg...



**CYRIL LECLERC
COMMUNICATION**

Développeur de sens 



Cyril Leclerc, entrepreneur salarié
au sein de la Coopérative d'activité et d'emploi Formacoop
N° SIRET : 798 581 203 0014
Organisme de formation enregistré sous le numéro 43 25 027 74 25
communication-culture.fr / contact@cyril-leclerc-communication.com

DÉROULEMENT



OBJECTIFS :

- FOURNIR AUX PARTICIPANTS DES BASES THÉORIQUES EN TERME DE MARKETING RELATIONNEL (SATISFACTION, CONFIANCE, FIDÉLISATION...)
- FAIRE COMPRENDRE LA NÉCESSITÉ DE METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE RELATIONNELLE GLOBALE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS.
- GUIDER LES PARTICIPANTS DANS LA MISE EN PLACE D'UNE STRATÉGIE RELATIONNELLE, PAR LA MISE À DISPOSITION D'OUTILS PRATIQUES / LA RÉFLEXION SUR DES CAS CONCRETS APPORTÉS PAR LES PARTICIPANTS.

PRÉ-REQUIS :

- Avoir un projet culturel qui a déjà été « mis en public »
- Maîtriser les bases de la communication

PUBLIC CONCERNÉ (8 personnes par session) :

- Directeurs(ices), administrateurs(ices), chargé(e)s de communication ou de relations avec les publics d'une structure culturelle

DURÉE : 2 jours / 14 heures de formation

MOYENS PÉDAGOGIQUES :

- ➡ Apports théoriques
- ➡ Tableaux de bord / Exercices pratiques sur les cas apportés par chaque participant
- ➡ Travail collectif et partage d'expérience entre les participants

ÉVALUATION :

- Mise en situation / Présentation orale et correction des ateliers
- QCM et Fiche d'évaluation remise à chaque stagiaire

TARIF :

2400 € TTC

ET CONTENU

1 - Une expérience ou rien ? Qu'est ce qu'une expérience culturelle ?

- ➡ Motivation et attentes des publics culturels, importance de l'expérience vécue dans la satisfaction et la fidélisation des publics.
- ➡ Réflexion commune sur l'amélioration de l'expérience culturelle

2 - Oublier le tout public ?

- ➡ Segmenter ses publics sans perdre de vue son projet de sens, est ce possible ?
- ➡ De la satisfaction à la fidélisation : comment nouer une relation avec son public ?
- ➡ L'abonnement est-il encore un outil de fidélisation ?
- ➡ Réflexion commune sur la mise en place d'une stratégie relationnelle

3- Prolonger la relation «online» : en quoi le numérique permet-il le prolongement de la relation avec les publics ?

- ➡ La fin de la communication dite « en silo » : vers la personnalisation
- ➡ L'importance des données / data dans la personnalisation de la relation
- ➡ Les réseaux sociaux, stratégie de contenu et conversationnelle
- ➡ Exercices sur la mise en place d'une stratégie de contenu



POURQUOI SUIVRE CETTE FORMATION ?

UNE FORMATION **QUI ABORDE DE FAÇON GLOBALE, AVEC DES OUTILS PRATIQUES, LA RELATION AVEC LES PUBLICS**
- DEUX JOURNÉES POUR POSER UN REGARD GLOBAL SUR L'INTERACTION AVEC LES PUBLICS, **POUR STRUCTURER VOS PRATIQUES**
- UN PROPOS ADAPTÉ AUX **PROBLÉMATIQUES ARTISTIQUES ET CULTURELLES**
- DES **OUTILS RÉUTILISABLES** AVEC LES ÉQUIPES EN INTERNE