

Interroger et améliorer sa politique de développement des publics

Objectifs :

Acquérir un cadre méthodologique de construction d'une politique de développement des publics.

Découvrir des bonnes pratiques et des retours d'expérience issus d'autres structures.

Mettre en application la méthode par des cas pratiques : réflexion individuelle et collective sur la politique de développement des publics de sa propre structure (diagnostic et pistes de travail).

Renforcer ses capacités de travail collaboratives.

Programme détaillé :

Concepts et notions

De quoi parle-t-on ? Publics, développement des publics, action culturelle, médiation culturelle, marketing, marché, prescripteurs, etc.

Les enjeux du développement des publics

Identifier les enjeux du développement des publics: culturels, économiques, institutionnels, politiques.

Comprendre et analyser les méthodes de connaissance des publics.

Ciblage et stratégie

Organiser la collecte des données.

Analyser son positionnement stratégique (forces, faiblesses, opportunités, menaces).

Construire une matrice de ciblage et de segmentation des publics.

Mettre en place les outils de développement des publics : logiques de volume (conquête, élargissement, etc.) vs logiques de valeur (fidélisation, ressources propres et panier moyen, services annexes, etc.).

Leviers de développement et retours d'expériences

Mettre en place des leviers de développement.

Analyser les retours d'expériences : offres et services, action et médiation culturelle, communication, tarification, partenariats/prescriptions, numérique etc.

Numérique

Optimiser la gestion des données.

Intégrer les différents outils numériques importants : CRM, billetterie, e-mails, réseaux sociaux, etc.

Cas pratiques

Définir la préfiguration d'un plan de développement des publics.

Publics concernés : acteurs opérationnels de festivals et de salles de concerts (chargé de communication, chargé de développement des publics, chargé de l'action culturelle, chargé de billetterie, programmateur...) souhaitant outiller et renforcer la transversalité et le caractère opérationnel de leurs réflexions sur les publics.

Prérequis : expérience dans le domaine.

Durée : 1 jour(s) soit 7 heures

Coût : 350.00 net (pas de tva sur les formations)

Fréquence : environ une fois par an

Effectif : maximum de 10 stagiaires

Formateurs : Éliás Lecocq (consultant, formateur).

Modalités d'évaluation : quizz, études de cas, mises en situation

Etude de satisfaction et d'impact : bilans à chaud et à froid

Attestation, certificat : Attestation d'assiduité

Modalités pédagogiques et moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéoprojections, documentation et supports papier

Informations complémentaires : Cours enrichi sur plateforme ENT.

Public en situation de handicap : Si vous êtes en situation de handicap et/ou que la formation nécessite des aménagements spécifiques, merci de le préciser dans le formulaire de préinscription dans la case concernée et/ou de vous manifester auprès de notre référent handicap par mail : formations@cnm.fr ou par téléphone au 01 83 75 26 00.

Financement : dispositif de financement : <https://cnm.fr/dispositifs-et-financement-de-la-formation/>

Délai d'accès : selon liste d'attente, prévoir minimum un mois si demande de financement. Clôture des inscriptions 7 jours avant la date d'ouverture de la formation

Page web de la formation : <https://cnm.fr/formations/interroger-et-ameliorer-sa-politique-de-developpement-des-publics/>

Date de dernière mise à jour de cette page : 08/11/2022