

# Community Manager d'un projet artistique ou culturel

EN 35 HEURES

## OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Définir une ligne éditoriale spécifique un projet artistique ou culturel
- Planifier et optimiser sa communication Social Media
- Connaître les règles du Community Management
- Analyser son impact et comprendre sa communauté
- Gérer ses comptes au quotidien et Gagner du temps

## PUBLIC CONCERNE

- Porteur/euse de projet artistique
- Manager d'artiste
- Responsable de communication

## PRE-REQUIS

- Porter un projet artistique ou culturel
- Avoir une présence a minima sur le web : site internet, page Facebook ou chaîne YouTube

## DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

- Durée totale : 35 heures
- Horaires : 10h - 18h
- Rythme : Continu
- Mode d'organisation pédagogique : présentiel en inter-entreprises
- Nombre de stagiaires prévu : 2 - 8

## LIEU DE LA FORMATION

Sur site client

## CONTENU DE LA FORMATION

### Jour 1 : Savoir parler de son projet

Recenser ses atouts / Déterminer sa ligne éditoriale et son story-telling / Créer un calendrier éditorial / Adopter les premiers outils pour planifier sa communication web

### Jour 2 : Comprendre sa communauté, son public

Comprendre les motivations profondes de son public / Restituer son quotidien / Fidéliser durablement sa base / Commandements du/de la Community Manager / Profils types d'internautes / Les pi ges les plus courants éviter

### Jour 3 : Les outils incontournables du Community Manager

L'environnement web : culture internet, principaux acteurs, fondamentaux du référencement / Tour d'horizon des principaux réseaux sociaux : Facebook, Twitter, YouTube et Instagram

### Jour 4 : Planifier et optimiser sa Communication Social Media

Gagner du temps / Planifier ses posts / Analyser ses données / Adopter les outils indispensables (monitoring liens essentiels, suivi des hashtags..)

### Jour 5 : Le Community Management au quotidien,

Que faire en cas de bad buzz / Comment gérer des membres de la communauté "difficiles" / Etude de cas : votre projet artistique la loupe

# Community Manager d'un projet artistique ou culturel

EN 35 HEURES

## DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

- 1 écran de projection pour le support de formation
- 1 ordinateur par stagiaire
- 1 connexion internet fiable

## SUIVI DE L'EXECUTION DE LA FORMATION

- Feuille de présence signées par les stagiaires et la formatrice par demie-journée
- Attestation de présence individuelle

## APPRECIATION DES RESULTATS

- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de fin de formation individuelle

## ORGANISME DE FORMATION

- Nüagency est une enseigne de la société UNICUM – Management, Publishing & Consulting
- SIRET n° 514 266 428 00036
- Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le numéro 11 94 09024 94 auprès du préfet de région d'Ile-de-France

## MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

La méthode pédagogique repose sur une alternance entre

- guide des bonnes pratiques sur les réseaux sociaux
- mises en pratiques (mise à jour des outils et cas pratique sur le projet artistique du stagiaire)

## MODALITES D'ÉVALUATION

L'acquisition et l'amélioration des compétences se fera pendant la formation à travers les travaux dirigés et supervisés par la formatrice

## MOYENS D'ENCADREMENT

### PROFIL DES FORMATRICES (alternance)

Emily GONNEAU

Diplômée de SciencesPo Paris, Maître de Conférences Associée en Master à La Sorbonne, auteure du livre « *L'Artiste, le Numérique et la Musique* » et formatrice intervenant dans de nombreux organismes de formation spécialisés (IRMA, CIFAP, illusion&macadam, Philharmonie de Paris, Filage...).

Maud CITTONE

Diplômée de sociologie à l'Université de Bordeaux et du University College Dublin, fondatrice de La Bise Fraîche (booking de concerts), chargée de communication à l'Inalco et formatrice intervenant dans des organismes de formation spécialisés en projets culturels.

Clara PILLET

Diplômée de la Sorbonne (Lettres/Langues), de Rennes II (InfoCom) et du CELSA, Community Manager et rédactrice web