

## Feuille de route pour un plan de communication efficace

Pour renforcer la visibilité d'un projet ou d'une structure culturelle, il est nécessaire de maîtriser les différentes composantes d'un plan de communication.

Cette formation propose ainsi d'apprendre à définir ses objectifs, à identifier les publics visés et à choisir les canaux de communication appropriés pour élaborer des stratégies efficaces et adaptées aux besoins. Tout au long de la journée, des exercices permettent la mise en pratique immédiate des méthodes étudiées pour étayer la conception du plan de communication.

Bulletin d'inscription  
sur [www.cipac.net](http://www.cipac.net)  
Renseignements :  
[formation@cipac.net](mailto:formation@cipac.net)  
01 44 79 10 85

Siret 415 293 208 00054  
Organisme de formation  
no 11 75 39734 75  
Référéncé au Datadock  
TVA non applicable  
en vertu de l'article 261-4°-a  
5° alinea du CGI

### PUBLICS

Cette formation s'adresse aux professionnels chargés de la communication d'une structure ou d'un projet culturel.

### DOMAINES DE COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

- Communication
- Multimédia / réseaux sociaux
- Gestion de projets éditoriaux

### PRÉ-REQUIS

Professionnels de tous niveaux.  
Le programme de formation à distance sera dispensé via l'application ZOOM. Le stagiaire devra disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet à haut débit avec ou sans fil lui permettant d'installer et d'utiliser cette application.

FORMACODE® : 46341

### MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Cours en visio-conférence
- Études de cas, utilisation d'outils en groupe
- Transmission de documents pédagogiques.

### ATTESTATION DE FORMATION

Les temps de connexion des stagiaires et leur participation active aux séquences de travail en groupe seront contrôlés par demi-journée.  
À l'issue de la formation, une attestation de formation sera remise aux stagiaires ayant suivi l'intégralité du programme avec assiduité.

### MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances ou les gestes professionnels précisés par les objectifs du programme, il complètera une évaluation des acquis de la formation. Un questionnaire de satisfaction lui sera également soumis.

### EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 12 stagiaires.

### CONTENU

#### 1/ L'audit de communication

- Comprendre son positionnement dans le secteur culturel.
- Les outils d'audit adaptés aux structures culturelles.
- Mise en pratique : analyse SWOT de sa structure ou de son projet.

#### 2/ La définition de ses objectifs de communication

- Les objectifs SMART appliqués au secteur culturel.
- Mise en pratique : l'identification de l'enjeu principal et des objectifs secondaires.

#### 3/ L'identification de ses cibles

- Les différents types de publics d'une structure ou d'un projet culturel.
- Les méthodes de segmentation des publics ciblés.
- Mise en pratique : création de *personas* et autres stratégies pour capter les publics.

#### 4/ L'adaptation des messages aux différents canaux de leur diffusion

- Caractéristiques des différents canaux de diffusion mobilisables.
- Étude d'exemples de stratégies réussies dans le secteur culturel.
- Mise en pratique : déclinaison d'un message clé sur trois canaux différents.

#### 5/ La gestion du planning et du budget

- Le calendrier éditorial.
- Techniques pour élaborer un budget de communication.
- Mise en pratique : élaboration d'un rétroplanning et optimisation d'un budget.

#### 6/ L'évaluation et l'ajustement de son plan de communication

- Les indicateurs de performance spécifiques aux projets culturels.
- Mise en pratique : élaboration d'un tableau de bord d'évaluation de son projet.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Maîtriser les tenants et aboutissants du plan de communication d'une structure culturelle.
- Optimiser sa communication en fonction de ses publics et de ses moyens.
- Évaluer l'efficacité de ses actions de communication.

### FORMATRICE

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

### INFORMATIONS PRATIQUES

Dates : jeudi 26 mars 2026  
Durée : 1 jour, soit 7 heures de formation au total  
Frais de formation : 430 euros coût net  
Horaires : 10h-13h et 14h-18h  
Lieu : à distance