

Communication-valorisation

La stratégie des réseaux sociaux dans un établissement patrimonial

Définir une stratégie de communication numérique globale pour attirer de nouveaux publics ou fidéliser des publics existants

Public

Responsables et personnels d'établissements patrimoniaux en charge des publics et de la communication.

Pré-requis

Stage *Numérique et patrimoine, fondamentaux* ou une connaissance des interfaces des réseaux sociaux et de leurs environnements.

Objectifs

Le but de ce module est de comprendre comment les stratégies numériques peuvent structurer un rapport plus fort entre les publics et les contenus culturels dans les perspectives d'évolutions fortes du secteur. Les stratégies numériques sont présentées comme des opportunités d'évolutions des établissements, mais aussi d'évolution des politiques culturelles et des stratégies économiques.

Les stagiaires ressortent avec une méthodologie de conception de stratégies en lien avec le numérique, qui prend en compte ces enjeux spécifiques (usages, économie, contenus, etc.)

Les enjeux du numérique pour le patrimoine

Contenu

Numérisation, diffusion, nouvelles formes d'appropriation, données ouvertes, etc.

Cas concret : analyse des politiques culturelles depuis 1980, en rapport avec le numérique. Présentations de différents projets emblématiques des différents moments identifiés.

Atelier : identifier les différents enjeux pour un cas pratique présenté (peut-être le Centre Pompidou)

Pourquoi et comment penser et construire une stratégie ?

Notions : stratégie, enjeux, PSC, modèle économique...

Cas concret : Mise en parallèle d'un établissement avec une stratégie forte (PBA Lille) avec un établissement similaire sans stratégie identifiée (Musée Fabre)

Atelier : Schématiser une stratégie numérique qui mette en lien différents projets d'un cas concret présenté et imaginer plusieurs axes stratégiques (publics, contenus, économie, etc.)

Quelles stratégies d'outils : dois-je mettre en place un dispositif physique, des réseaux sociaux, etc. ?

Notions : expérience, Aura, usages numériques vs. approche physique des œuvres, reproduction, médiations numériques, etc.

Cas concret : sûrement une expérience liée au tourisme de mise en scène d'un territoire

Atelier : Comparaison d'une expérience purement in situ et d'une expérience des contenus distante.

Stratégies d'établissements et stratégies numériques

Notions : concilier les stratégies, penser la transversalité des métiers, construire un modèle économique

Cas concret : La Monnaie

Atelier : Construction d'une ligne stratégique à partir de réponses à des questions thématiques à découper.

Responsables pédagogiques

M. Gonzague GAUTHIER, formateur et consultant (AKA> conseil)

N° Stage	Session(s)	Durée	Lieu(x)	Inscription(s)(*)
27	Du 01/04/2019 Au 03/04/2019	3	Paris (à définir)	Avant le 01/03/2019
Contact	Christian ZIMMERMANN Tel : 01 40 15 77 98 christian.zimmermann@culture.gouv.fr			

(*) Après cette date aucune demande d'inscription ne sera acceptée.