

PROGRAMME DE FORMATION BOÎTE À OUTILS

Définir et mener une stratégie de communication mobilisatrice

Développer des méthodes pour agrandir ses cercles de communication et toucher des personnes au-delà de ses publics traditionnels

Description courte

Les grands enjeux écologiques et solidaires imposent à nos structures de toucher et de mobiliser un nombre et une diversité croissante de personnes afin d'accomplir un changement de société. Si dans un premier temps, nos structures connaissent souvent un développement important de leur communauté, elles rencontrent presque toujours un plafond de verre : une limite dans le développement des publics touchés.

Comment dépasser cette limite et sortir des cercles déjà touchés ? Comment voir sa communauté, son audience, ses publics grandir en nombre, en diversité et en engagements ? Quelles sont les solutions les plus pertinentes avec des moyens humains et financiers limités ? Quels outils et techniques sont particulièrement efficaces ? Comment trouver régulièrement de nouvelles idées ? Comment inscrire sa stratégie sur le temps long, afin d'éviter le coup par coup, tout en répondant aux urgences du moment ?

Cette formation propose d'ouvrir des perspectives pour répondre à ces questions, mais surtout de travailler des méthodes pour progresser de mois en mois et d'année en année dans la construction de sa stratégie et sa mise en œuvre concrète. Elle croise des temps d'apports, de partage entre personnes participantes et des temps de rencontre et d'enquête.

Durée de la formation

5 jours (35 heures) en discontinu sur plusieurs mois (3 ou 4)

Objectifs de la formation

- Comprendre les mécanismes de la communication à visée mobilisatrice
- S'approprier des stratégies et des méthodes de communication
- Expérimenter des pratiques d'enquête pour alimenter et diversifier sa stratégie
- Structurer sa stratégie de communication pour sortir de ses cercles initiaux

Publics et prérequis

Cette formation est destinée aux personnes à la direction ou à la communication de structures qui ont vocation à toucher, sensibiliser ou mobiliser un nombre et une diversité croissante de personnes. Aucun prérequis n'est nécessaire en dehors de la connaissance de la stratégie de communication de sa structure.

*Personnes en situation de handicap

Nous nous engageons à rendre nos formations accessibles à toutes et tous, et à trouver la meilleure solution afin que chacun puisse en bénéficier. Si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez écrire à notre référente, Blandine (blandine.brunaz@instituttransitions.org) afin que nous échangions sur votre situation ainsi que sur les modalités pour suivre la formation dans les meilleures conditions. Vous serez accompagné tout au long de votre parcours de formation.

Déroulé de la formation

Journée 1 :

Fondamentaux de la stratégie de la communication : penser son architecture

Durée : 7h

La première journée a vocation à poser les fondamentaux de la stratégie de communication dans une perspective d'ouverture et d'extension de la communauté ou des publics touchés, sensibilisés ou mobilisés. Elle vise à la fois à ce que chaque personne participante puisse poser un diagnostic de la communication de sa structure, s'approprier des concepts et outils clés et penser une architecture de communication adaptée à sa structure.

Journée 2 :

Stratégie de développement et de dépassement : méthodes et outils

Durée : 7h

La seconde journée apporte des éléments de méthodes et des outils de communication adaptés à des stratégies de développement et de dépassement de communauté. Elle a pour objectif que les personnes participantes puissent s'approprier ces méthodes et outils afin de les inscrire dans leur stratégie de communication. Enfin, elle introduit les méthodes d'enquête qui visent à questionner et enrichir la stratégie et les actions envisagées.

Journée 3 :

Enquête auprès de spécialistes inspirants de la communication

Durée : 7h

Cette troisième journée offre une expérience d'une enquête auprès de trois personnalités qui disposent de savoirs et d'expériences utiles pour penser sa stratégie. Elle articule des temps de préparation d'enquête avec des temps d'échanges collectifs avec les personnalités et des temps de partage entre personnes participantes pour identifier ce que chacune et chacun conservent des apports des personnes auditionnées. La personne formatrice conclut sur des apports complémentaires issus des échanges.

Journée 4 :

Enquête auprès de personnes cibles de la communication

Durée : 7h

Cette quatrième journée reprend le format de la troisième journée avec un public différent : trois personnes qui ont été des cibles de la communication de structures engagées et qui ont répondu positivement aux sollicitations. L'objectif : comprendre les parcours, les messages clés, les déclics qui ont amené les personnes à rentrer dans la communauté d'une ou de plusieurs structures engagées. La personne formatrice conclut sur des apports complémentaires issus des échanges.

Journée 5

Foire aux questions et co-développement

Durée : 7h

La cinquième journée s'organise autour de deux temps distincts. Un premier temps de 2 heures, de *foire aux questions* qui vise à traiter toutes les questions et problématiques restantes après les quatre premières journées de la formation. Un second temps, de co-développement, qui permet d'analyser le cas de plusieurs personnes participantes afin que le collectif, ainsi que la personne formatrice, puissent apporter des regards et des solutions.

Le(s) formateur(s) et intervenant(s)

Martin DURIGNEUX

Co-fondateur d'Anciela, Martin co-porte sa stratégie de communication depuis 10 ans avec le développement d'une importante communauté dans la région lyonnaise. Il y accompagne aussi nombre d'initiatives pour lesquelles la communication est un axe clé du développement. Côté Institut Transitions, il co-porte la stratégie de communication avec un défi de renouvellement constant de la communauté afin d'assurer la mobilisation des apprenants et apprenantes de Nouvelles Voies. Dans le cadre de ses missions, il a dû développer des savoir-faire d'observation, d'expérimentation, de recherche et d'enquête

pour développer des stratégies de communication qui permettent d'atteindre les objectifs visés. C'est ce savoir-faire qu'il partage, en plus des connaissances stratégiques et méthodologiques.

Modalités de participation

Durée de la formation : 5 jours (35 heures) en discontinu

Lieu de la formation : En présentiel à Lyon 7e, dans nos locaux

Date de la formation : à définir

Nombre maximum de personnes participantes : 10 personnes

Coût de la formation : 2275 €

→ Si vous êtes salarié : Prise en charge possible par votre OPCO

→ Si vous êtes dans un autre cas : Vous pouvez nous contacter pour échanger sur les éventuelles prises en charge possibles.

Pour vous accompagner dans ces démarches vous pouvez écrire à Blandine

blandise.brunaz@instituttransitions.org)

Modalités pédagogiques

Cette formation est **expositive**, avec un apport de contenu par la personne formatrice, discuté par les personnes participantes, **immersive** avec des temps d'enquête et de rencontre d'acteurs et **active**, avec des temps de travail où chacun et chacune est en posture de proposer des contenus et d'échanger sur les contenus des autres, avec des retours de la personne formatrice.

Modalités d'évaluation et d'accompagnement

L'évolution des personnes participantes sera évaluée par des échanges avec les pairs (présentation en collectif) et par des échanges avec la personne formatrice sur les exercices proposés. Un questionnaire d'auto-évaluation des acquis sera transmis à la fin de la formation et pourra être accompagné des retours des personnes formatrices.

Cette évaluation ne consiste pas à noter, elle a vocation à apporter des retours critiques pour aider les personnes participantes à identifier leur niveau d'avancement et leurs perspectives de progression : encouragement à approfondir, mise en lumière des éléments fertiles et pertinents, mise en garde contre des risques ou des erreurs, proposition d'alternatives ou conseils pour progresser...