

VA VOIR AILLEURS – Chargé.e.s de communication #2

16 février 2024 au Centre Culturel à Leuze

#1 Accueil par Claire Veys, Centre culturel de Leuze

Lors de la première rencontre, les chargé.e.s de communication présent.e.s se sont rendu.e.s compte de la similitude de leurs difficultés et de l'envie d'échanger leurs talents et pratiques. Cette deuxième rencontre fait suite à cette envie et accueille de nouvelles personnes. Elle a été préparée par Claire, Anaïs, Ute, Alice et Océane.

Présentation de chacun et mise en évidence de ses talents/points forts

Nom/Prénom	Structure	Points forts
Claire Veys	Centre Culturel de Leuze	Spécialiste en photo
Ute Sperrfechter	Culture•Wapi	N'est pas chargée de com', vient d'arriver à Culture•Wapi en décembre. Pas vraiment de talent en com.
Aurélie Lambert	Maison Culturelle Ath	Rédaction
Benoit Drager	Ecomusée Pays des Collines	Ancien graphiste. Mise en page
Alice Winance	Centre Culturel L'Envol	Curiosité, s'inspirer de ce qui se fait ailleurs
Chloé Vanmarsenille	Stagiaire Centre Culturel L'Envol	Montage vidéo
Marie Heylbroeck	Centre Culturel de Silly	Graphisme et communication orale
Lydie Capron	Community Manager freelance (Sociallab67)	Stratégie de contenu pour les Réseaux Sociaux, adaptés à l'identité de ses clients, être en phase avec eux. Curiosité
Auphémie Cotton	freelance graphiste et community manager (harmonie graphique)	Montage vidéo
Maud Mallet	Centre Culturel de Mouscron	Curiosité et mise en réseau avec les centres culturels
Hélène Delzenne	Musées Communaux de Tournai	Rédaction de textes et Réseaux Sociaux.
Sandrine Cogez	Province du Hainaut/Les	Touche à tout avec point fort : rédaction.

	Rencontres Inattendues	
Pauline Deroubaix	CRIE Mouscron	Graphisme, concevoir des identités de projets qui sont en lien avec ce que le projet défend
Comète Waf	/	Rédaction, écriture
Simon Soris	Centre culturel de Comines	Aime quand la routine est cassée, rebondir sur les idées, créer avec les animateurs des projets
Romain Van Achter	Bibliolys Comines	Pas de talent particulier, s'intéresse à la photo, aime créer des capsules vidéo, des visuels, des petits textes pour les réseaux sociaux, touche à tout
Perrine Coutigny	Bibliothèque de Mouscron	Aime le relationnel, les contacts sociaux, promouvoir ce qu'ils font à la bibliothèque
Elodie Lemeire	Bibliothèque Mouscron	Création surtout avec illustrator
Valentine Hella	Centre culturel Pays des Collines	Organisation des infos sur un visuel/site internet
Anaïs Callens	Culture•Wapi	Écriture et création graphique
Océane Duterte	VisitWAPI	Réseaux sociaux

8 étapes pour penser à sa stratégie de com' – Alice Winance

Présentation d'Alice

- Chargée de com' au Centre Culturel de L'Envol depuis 2 ans comme premier emploi.
- Son défi est de reprendre la com' d'une structure naissante. La communication à l'époque de sa prise de poste est presque inexistante : il existe tout juste un site web, une brochure et un listing de newsletter.
- Sa première question : pourquoi faire une certaine action en comm plutôt qu'une autre ? Pourquoi et comment prioriser ?
- Elle s'est formée en stratégie digitale en suivant une formation longue basée sur le livre : « La stratégie digitale marketing » de Cédric Cauderlier.



1) Introspection

Faire d'abord le bilan de sa propre communication actuelle. Se poser la question : « Quels sont les outils que j'ai ? »

- ⊆ Pour cela, utilisation de l'analyse SWOT/FFOM :
 - Pointer ses forces, faiblesses, menaces et opportunités.
 - Pousser au-delà des outils qu'on utilise, le poser sur l'axe relationnel (public), opportunité/menaces (logique de concurrence) : ce qui font la même chose que nous

- ⊖ Vision/mission/valeurs : dans les Centres culturels, cela est prédéfini par le décret. À L'Envol spécifiquement la question suivante s'est posée : Comment amener leur public dans leur univers ? Travail fait en équipe puis confronté au CA :
 - Mission : Garantir à chacun l'exercice de ses droits culturels.
 - Vision : voyage culturel que le public peut entreprendre en toute liberté (« donne moi des ailes »)
 - Valeurs : se limiter à 4

2) La veille

- ⊖ Point sur l'environnement dans lequel on évolue. Quelles sont les structures autour de soi ? Alice s'est attardée sur Ath, Silly et l'Office du tourisme Chièvres/Brugelle. Toujours en utilisant la méthode SWOT.
- ⊖ Une phrase à garder en tête : « Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme ! » Tous les matins en ouvrant son ord, Alice fait un tour de ce qui se fait dans les autres structures. Elle screen les idées des autres qu'elle trouve inspirante, pour l'adapter à son univers.

Exemples : posts insta, logo silly, Eden Charleroi (talent de mettre le bon objet dans leur Newsletter)

3) Les objectifs SMART

- ⊖ Les objectifs doivent être SMART, si ça coche toutes ces cases, plus de chance de l'atteindre. Si inatteignable = risque de se décourager.
- ⊖ Entonnoir de conversion : processus par lequel les individus sont censés passés quand ils prennent une décision. Penser ses objectifs à différents niveaux de l'entonnoir.
Au départ, pour L'Envol, l'objectif se trouvait en haut de l'entonnoir (pour se faire connaître), mais devaient quand même garder l'objectif au niveau de la participation.

4) Les cibles

Question : Qui sont les personnes qu'on a envie de toucher ?

- ⊖ Travail du persona. Long et fastidieux mais intéressant.
Dans sa structure, on lui disait de communiquer à tout le monde. Le problème de communiquer à tout le monde c'est qu'on finit par parler à personne, dans une ère où toutes les communications sont personnalisées.
 - Construction d'un archétype de personne, imaginer sa psychologie, freins, attentes, ... Cela est de l'ordre de l'hypothèse, distance à prendre mais se mettre à la place des gens qu'on essaie de toucher.
 - Ont défini 2 personnas sur base de statistique de population Chièvres/Brugelle. Ont remarqué : jeunes parents forte population.
Hypothèse : La maman va chercher les infos pour organiser les activités du week-end.
 - Rencontre de jeunes mamans de leur territoire, discuter pour affiner cette catégorie de public.

- ⊆ Customer journey : Voyage par lequel le public passe parmi les outils de communication disponibles, voir comment ils les utilisent.
 - En faisant ce travail, Alice se rend compte que la brochure et la newsletter est bien lue. Mais ce n'est pas via ces canaux qu'ils vont appeler et réserver, c'est plutôt via les posts Facebook qu'ils vont réserver. Jeunes parents n'appellent pas vraiment, vont directement sur le site (via les RS).

Inspiration :

MARS : publie 1x/mois « les abonnés du mois ».

On prit le parti pris de publier leur persona.

5) La stratégie de com

Ici deux exemples.

Planifier toutes les actions et voir le temps qu'elles vont prendre = important.

Adapter et réajuster par l'essai-erreur

6) Stratégie de contenu

- ⊆ Comment va-t-on parler aux gens, tableaux avec thèmes, sujets et supports.
 - Thèmes ressortis avec la rencontre avec le public : le public veut en savoir plus sur les artistes qu'ils viennent voir.
 - Expo sur des artistes locaux, contenu autour de ça => vidéos RS comme support.

7) Budget

Nerf de la guerre. Compliqué de négocier budget com.

Le fait de réfléchir en stratégie globale peut parfois aider à négocier des budgets.

Formation à wordpress prévue, grâce à la stratégie faite en 2022.

- Les KPIs : comment évaluer les actions.
- Pour le site web = google analytics et search console
- Participation aux events = code postal d'office demandé
- Fastidieux mais quand on voit les courbes, on peut retrouver de l'optimisme.

Échanges

PERSONAE

- Pour créer un persona, il faut s'imaginer une personne fictive qui correspond à sa cible. Cela crée du contenu en accord avec les algorithmes.
- Si on a le public cible constamment en tête on se confronte à la réalité des personnes que l'on souhaite toucher. Permet de remettre de l'humain dans la communication : « si je devais parler à X, je dirais ça ».
- L'Envol : Les personae sont constamment remis en question. L'équipe va resonder le territoire et inclure des rencontres d'humains à humains pour refaire leurs personae, dont cela va encore bouger.

- Aurélie : n'aime pas les personae. Ne les utilise pas. Le Centre Culturel de Ath souhaite toucher tout le monde. C'est un casse-tête.

POSTS AVEC L'EQUIPE

- Ce qui marche bien à Mouscron, ce sont des posts qui mettent en avant l'équipe, l'humain derrière le Centre culturel : photo de l'équipe mise en lumière. C'est décevant de voir que les posts sur les projets marchent moins bien.
- C'est inhérent à la logique des réseaux sociaux. Vu que c'est la transparence qui est prônée et suit une logique de curiosité.
- Les personnes ont besoin de savoir qui se cache dans l'équipe.
- A Leuze, Claire a fait un travail sur les valeurs qui transparaissent dans la com numérique, dans la presse et dans l'accueil. Nouvel an, photo de vœux. A voulu faire un compromis entre une photo d'équipe avec du sens, un message. Ces sortes de publications permettent de faire connaître les pages, intéressant stratégiquement parlant.

ASTUCES RESEAUX SOCIAUX

- L'heure du post et la journée du post sont importantes
Sans compter les boosts.
- Demander aux collègues de liker dans les premières minutes qui suivent la publication et Facebook va le mettre plus en avant.
- Quand on modifie une publication, cela la met moins en avant. Il vaut mieux supprimer et republier.
- Attendre pour répondre aux commentaires car quand on like ou commente plus tard, cela remet la publication en avant.
- Ce qu'il faut c'est l'engagement, les repartages et pas forcément les like. Pour ça, dans la publication, penser à poser une question : « vous aimeriez ça ? » ; « Qu'est-ce que vous en pensez ? »

ETRE DANS LA STRATEGIE

- La communication n'est pas un accessoire qui vient en bout de chaîne mais concerne aussi la stratégie et le positionnement de la structure. Un chargé de com' peut réinterpeller une structure sur sa raison d'être, ses valeurs, ...
- Les chargés de com' ne sont pas toujours invités aux projets alors que ça serait le minimum pour comprendre l'énergie. Pas le temps de prendre du recul.
Le métier a changé, aspect marketing qu'il faut prendre en compte mtnt.

FAIRE DES CHOIX

- À un moment il faut faire des choix en com, mais c'est très compliqué.
Choisir c'est renoncer.
- Faite moins mais mieux, il faut faire des choix. On ne sait pas être partout.
- Au Centre Culturel de Leuze un choix audacieux a été fait d'abandonner le tout boîte du Balotil pour des raisons de coûts, d'enjeux écologiques etc. pour une autre manière de distribution : Points de dépôts dans les villages.
L'angoisse de la diminution de fréquentation, mais elles n'ont pas vu de différence, depuis janvier que des francs succès.

INTERET DES PUBLICS

- Importance du bouche-à-oreille.
- Ce qu'on ne contrôle pas, c'est l'intérêt des gens.
- Ce qui joue, ce n'est pas que la com'. Ça peut juste ne pas les intéresser. Ou les dates.
- Intérêt du travail entre chargés de com' et programmeurs.

Moi à ta place

Cadre :

Nous sommes entre collègues qui nous avons parfois des difficultés dans notre travail. Océane ose parler d'un problème qu'elle rencontre. Nous sommes là pour l'aider et se reconnecter à des situations qu'on rencontre et qui pourraient l'aider.

Règles :

- Espace sécurisé, parler de manière authentique, bienveillant, concis.
- Écouter
- Cet espace se ferme après 1h. Ce qu'on se dit ici reste ici.

Étapes :

- Exposer une problématique en 5 minutes.
- Tour de clarification (pas d'avis, conseil) mais poser des questions autour du contexte
- Océane reformule sa question
- Océane se met à l'écart
- Se mettre à la place d'Océane
 - Océane écoute, pas d'interaction avec elle.
- Océane réfléchit à un mini plan d'action à partir de ses notes, sélection.
 - Chacun fait la même chose, réflexion sur ce qu'on pourrait faire pour sa problématique.
- Océane explique ce qu'elle compte faire (plan d'action).

Les suites : que fait-on après cette réunion ?

Se revoir ? S'auto-organiser ? Oui

Rythme ? 2 x an

La prochaine fois ?

Où ? Comines (Centre culturel et/ou Bibliothèques) avec Simon et Romain.

Animation ? Romain et Barbara, Bibliolys

Quand ? Septembre 2024

Partage d'expérience ? Opération Etcatakiff du Centre culturel Comines sur le cyberharcèlement, vie privée et consentement.

Problème à résoudre ? Trucs et astuces autour des réseaux sociaux (Océane peut partager des expériences)

Documentation ? Alice se propose

Comment rester en lien ? Groupe Facebook

Tableau avec toutes les propositions

Où	Animation ?	Partage ?	Problème ?	Documentation ?	Communication
Simon :CC Comines	Romain, Barbara BiblioLys	Outils pratiques du quotidien	Illustrator et d'autres outils du genre	Alice	Tableau de coordonnées
Romain : BiblioLys Comines		CC Comines : Partage du dispositif Etcatakiff ?	Marie : Astuces RS		Framaliste
Maud : CC Mouscron		Océane : RS	Hélène : Communiquer sans être sur le lieu		Teams
		Claire : Atelier photo	Maud : Astuces com digitale		Groupe sur Signal
			Lydie : Automatisation des tâches		Page sur RS
			??		Groupe FB
			??		Drive

Tableau des compétences du groupe

Com digitale	Stratégie	Outils	Graphisme	Autres
Romain Bibliolys : FB, Insta	Simon CC Comines : Stratégie globale papier-digitale	Chloé, stagiaire CC Envol : Montage vidéo, ChatGPT	Simon CC Comines : Créatif	Comète Waf : Rédaction, écriture
Alice CC Envol : Répondre sur les RS avec humour	Valentine CC Pays des collines : Organisation des informations	Elodie Bibliothèque de Mouscron : Vidéo, montage	Pauline Deroubaix, CRIE Mouscron : graphisme	Anaïs Culture•Wapi : Rédaction, écriture
Anais Culture•Wapi : Montage vidéo pour RS	Maud CC Mouscron : Stratégie com	Romain, Bibliolys : ??, canva	Elodie Bibliothèque de Mouscron : Illustrator	Chloé, stagiaire CC Envol : Ecriture inclusive
Hélène Musées communaux de Tournai : RS – copywording ?	Orel CC Ath : Stratégie com globale de tous les secteurs	Lydie freelance : canva, midjourney, chatgpt	Perrine Bibliothèque de Mouscron : Indesign	Maud, CC Mouscron : Cohésion d'équipe
	Lydie freelance : Stratégie RS		Benoit Ecomusée du pays des collines : graphisme	Perrine, Bibliothèque de Mouscron : Relationnels, cohésion d'équipe, animation
	Alice CC envol : Stratégie		Marie CC Silly : Création graphique	Romain Bibliolys : Prise photo, Capsules vidéo
			Valentine, CC Pays des collines : Création de visuels	Marie : CC silly, Polyvalence, Gestion de projet
			Anaïs, Culture•Wapi : Indesign	Orel, CC Ath : Rédaction
			Auphilie : Harmonie graphique – graphisme, montage vidéo photoshop	Sandrine, Province de Hainaut : Rédactionnel, Reportage