

Programme de formation

Mieux connaître ses publics - 14h00

Objectifs :

Une connaissance fine de ses publics est indispensable pour définir ou affiner ses stratégies. Les données sur les populations et les publics sont accessibles pour peu que l'on sache les repérer et que l'on respecte des méthodes de collecte précises. Cette formation aide à se poser les bonnes questions et à mettre en oeuvre des méthodes d'enquête et de collecte fiables. Elle distingue ce qui est réalisable par soi-même de ce qui doit être confié à des professionnels.

A l'issue de cette formation, les participants seront en mesure de :

- identifier des besoins en information et définir des objectifs d'étude
- distinguer les approches quantitatives des approches qualitatives
- définir une méthodologie et un planning d'étude
- apprécier les compétences internes et calibrer le recours à la sous-traitance
- administrer un terrain simple

A l'issue de cette formation, la structure ou le service disposera des outils méthodologiques pour développer une politique de veille en matière de connaissance de ses publics.

Publics et prérequis :

Cette formation s'adresse principalement aux personnes en charge des publics mais aussi à celles qui développent des stratégies marketing ou de développement. Elle est ouverte à des participants issus du monde du spectacle vivant, de l'univers muséal et patrimonial, du champ des arts plastiques et visuels. Elle concerne également les acteurs œuvrant dans d'autres champs que celui de l'action culturelle.

Méthodes pédagogiques et moyens techniques :

Cette formation est animée à partir de méthodes actives qui combinent de nombreux exercices, des travaux en sous-groupes, des études de cas et des temps de restitution. A cet effet, un travail préalable de collecte d'informations peut être demandé aux participants.

Durée :

14 heures.

Programme :

Au cours de cette formation seront notamment abordées les thématiques suivantes :

Construire l'objet de l'étude
identifier le problème ou le besoin en information
définir les objectifs
déterminer les informations à recueillir
cibler la population d'étude

élaborer une méthodologie

Conduire l'étude des sources secondaires
repérer les informations internes
trouver les informations externes
limiter les biais de collecte

Comprendre les logiques de réalisation d'une étude qualitative
administrer un entretien individuel
animer une table ronde
observer des comportements

Comprendre les logiques de réalisation d'une étude quantitative simple
choisir une méthode de collecte
rédiger un questionnaire
administrer un terrain
analyser des résultats

Formuler une demande dans le cas d'une étude complexe

Validation des acquis et évaluation :

La méthode pédagogique est centrée sur des allers et retours entre contenus théoriques et questionnements en rapport avec la situation professionnelle des stagiaires. En conséquence, la validation par le formateur des acquis de la formation, de la compréhension des questions abordées et de l'évolution des compétences se fait tout au long de l'action par un système de questions/réponses, d'exercices, de questionnaires et d'échanges entre les participants et lui-même. Une attestation de suivi de formation est remise à chaque participant à l'issue du module. Elle précise les dates de réalisation et le volume horaire suivi.

Documentation :

La documentation associée à cette formation est composée d'une bibliographie et de l'ouvrage Les publics : enquêtes et méthodes – Laure Ciosi - Editions Weka qui est remis aux participants à l'issue de la formation.