

Définir une stratégie de communication affiliée à sa politique mécénat

Lorsque l'on est une entreprise mécène ou une fondation, toute démarche de communication affiliée à une politique ou une action de mécénat doit être pensée avec précision et respecter certaines règles. Il s'agit souvent d'un exercice d'équilibriste qui doit permettre de revendiquer un engagement fort... sans pour autant en être soupçonné de vouloir faire parler de soi.

Inspiré des nouvelles méthodes de mobilisation communautaire et de marketing de l'engagement, le réseau Les entreprises pour la Cité vous propose une formation dédiée à ces nouveaux principes de communication de prescription affiliée aux actions citoyennes de l'entreprise.

Nos convictions

- Un accompagnement dans la durée
- Une co-construction avec nos membres
- Du transfert de compétences
- L'exigence d'un mécénat performant
- De la création de contenu et d'innovation

Notre approche

- Un contenu élaboré à partir de l'expertise de nos équipes pluridisciplinaires
- Une adaptation sur mesure aux spécificités et aux métiers de votre entreprise
- Une méthodologie d'animation créative et collaborative

Publics cibles :

Directeurs et responsables de fondations ou autres structures de mécénat, directeurs RSE, responsables communication (fondations et entreprises).

Durée :

1 journée soit 7 heures

Objectifs :

- Maîtriser les grands principes stratégiques de toute communication affiliée au mécénat et investissements citoyens
- S'approprier les techniques de mobilisation communautaire et de communication de prescription
- Formaliser sa plateforme de discours d'engagement affiliée à des investissements citoyens
- Cartographier ses cibles principales, secondaires et relais : savoir s'adresser aux journalistes et influencer