



IO2 Formation à destination des professionnels de la formation continue

Guide de formation

Introduction

Cette formation est conçue sur mesure pour servir de guide aux professionnels de la formation continue et délivre les principaux résultats développés par le projet DIME. Cette formation est conçue sur mesure et permettra aux professionnels de la formation professionnelle de :

1. Comprendre la formation à l'entrepreneuriat dans le domaine des industries culturelles (IO1) ;
2. Comprendre et utiliser la plateforme e-learning ;
3. Comprendre comment dispenser ce programme de formation mixte (comportant des enseignements en ligne et en présentiel)

Il s'agit d'un résultat intellectuel clé du projet Kre8r – « Transformer les compétences créatives en entreprises durables », financé par le programme Erasmus+.

Une analyse des besoins de formation (training need analysis, TNA) a été réalisée avec des professionnels de la formation professionnelle des 7 pays partenaires. Cela a permis d'identifier les éléments clés à aborder dans la formation.

Ce guide comprend les éléments suivants :

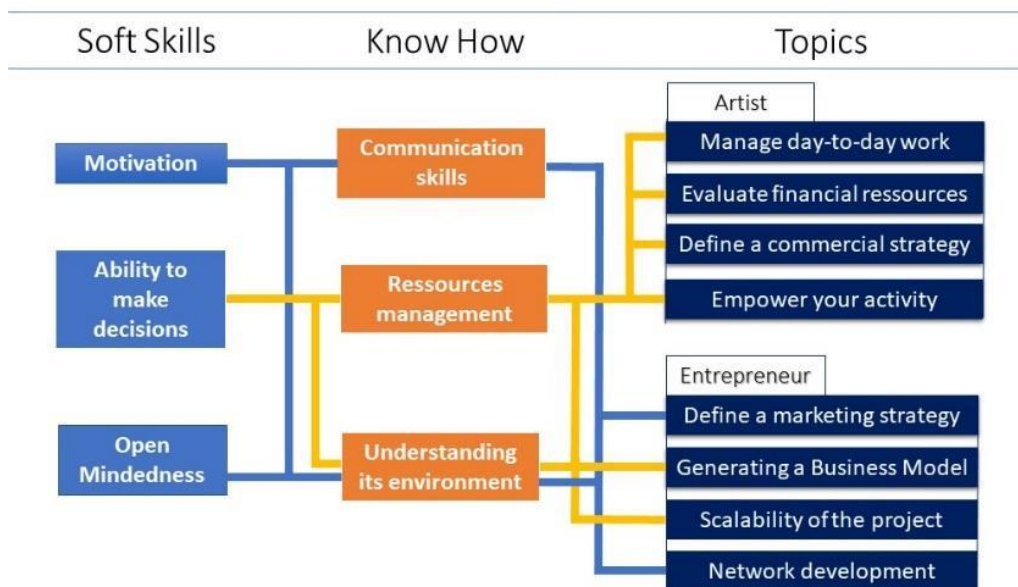
1. **Un aperçu du programme de formation à l'entrepreneuriat dans le domaine culturel**
2. **Des conseils et astuces pour délivrer le programme de formation aux entrepreneurs créatifs**
3. **Des fiches d'informations sur les différentes unités du programme de formation :**
 - **Une formation utilisant le format d'apprentissage mixte**
 - **Introduction à l'entrepreneuriat et à la création d'entreprises créatives**
 - **Marketing pour les entreprises créatives**
 - **Développement de réseaux pour les nouvelles entreprises**
 - **Comprendre l'évolutivité pour les entreprises créatives**
 - **Conseils aux nouvelles entreprises créatives sur la gestion des finances**



1. Aperçu de la formation de développement des entreprises créatives

Ce programme de formation a été développé à partir d'une étude menée dans les sept pays partenaires au sujet des besoins d'entrepreneurs créatifs et d'artistes.

Voici les principaux résultats qu'elle a révélés :



2. Délivrer le programme de formation à des entrepreneurs créatifs : astuces et conseils

Qu'est-ce-que le type de personnalité artistique ?

(Source : <https://www.123test.com/artistic-personality-type/>)

Les personnes appartenant au type de personnalité artistique sont celles qui créent en se servant de leur esprit et de leurs mains. Elles apprécient la beauté, la variété et les activités peu organisées. Elles s'intéressent à des personnes originales et ayant des personnalités atypiques ainsi qu'aux sons, textures et aspects visuels qui les entourent. Les personnes artistiques aiment travailler dans un environnement peu structuré qui laisse place à leur **créativité et à leur imagination**.

Ce type de personnalité est particulièrement sensible aux couleurs, aux formes, aux sons et aux sentiments. Elles ont un esprit vif, beaucoup d'enthousiasme et sont capables de rester concentrées sur un projet culturel jusqu'à oublier tout ce qui les entoure. Les personnalités artistiques ont tendance à résoudre les problèmes en créant de nouvelles choses. Leurs idées ne plaisent pas toujours aux autres mais leur avis ne les décourage pas.

Les personnes artistiques ont tendance à être impulsives et indépendantes

Ces personnes sont créatives, impulsives, sensibles et visionnaires. Bien qu'elles soient créatives, elles ne s'expriment pas nécessairement par l'art. La créativité peut aussi s'exprimer par un type de personnalité artistique avec des données et des systèmes. Ces personnes préfèrent travailler seules et de manière indépendante.



Professions et postes correspondant à un type de personnalité artistique

Les artistes excelleront dans le travail avec des formes, des dessins et des modèles. Ces personnes ont souvent besoin de s'exprimer et le travail peut être fait sans nécessairement suivre un ensemble de règles précises. Des domaines professionnels pouvant correspondre au type de personnalité artistique sont :

Artistique/conventionnel	Créativité, création et conception, combinées à l'organisation, la précision et la fiabilité.
Postes	• Rédacteur • Editeur • Editeur graphique • Critique d'art • Conservateur d'art
Artistique/Entrepreneur	Créativité, création et design, combinés à l'esprit d'entreprise et à l'influence.
Postes	• Photographe indépendant • Réalisateur de films ou réalisateur associé • Créateur de programmes • Producteur publicitaire • Architecte • Journaliste • Architecte d'intérieur, styliste
Artistique/investigateur	Créativité, création et conception, associées à la recherche, à la résolution et à la spécialisation.
Postes	• Concepteur industriel • Concepteur de jeux • Architecte • Journaliste • Monteur de films ou de vidéos
Artistique/réaliste	Créativité et conception, combinées avec le travail à l'extérieur, les animaux, l'utilisation de machines, le travail manuel, les voyages et le travail en l'extérieur.
Postes	• Artiste



	• Photographe • Musicien • Réalisateur de documentaires • Fleuriste • Orfèvre • Paysagiste
Artistique/social	Créativité et création combinés à la conception, l'aide d'autrui et la serviabilité.
Postes	• Acteur • Chanteur • Coiffeur, maquilleur • Danseur • Thérapeute créatif • Professeur de danse • Photographe

Introvertis ou extravertis?

Difficile de trancher, car il y a certains artistes qui sont flamboyants, très sociables et amusants, alors que d'autres sont moroses, accablés et timides. Ainsi, certains sont introvertis et certains sont extravertis. Cependant, une chose les unit peut-être, c'est qu'ils sont généralement introvertis ou extravertis à l'extrême.

Ainsi, par exemple, s'ils sont introvertis, ils sont vraiment repliés sur eux-mêmes et solitaires, alors que s'ils sont extravertis, ils sont de grands fêtards !

<https://www.inc.com/yoram-solomon/the-most-creative-types-are-introverts-and-extroverts.html>

Comprendre les personnalités artistiques peut s'avérer difficile

<https://skinnyartist.com/11-things-that-scare-creative-artists/>



Quelles attitudes adopter lorsque l'on enseigne à des introvertis et des extravertis ?

Différentes méthodes permettent de s'adresser au mieux à chacun de ces types de personnalités :

Introvertis

10 bonnes idées pour délivrer un enseignement à des introvertis

<https://blog.teacherspayteachers.com/10-ideas-teaching-introverts/>

En quoi est-ce différent d'enseigner à des introvertis ?

<https://www.teachthought.com/pedagogy/teaching-introverts-is-different/>

Techniques d'enseignement à destination des intravertis

<http://www.teachhub.com/teaching-strategies-support-student-introverts>

Extravertis

5 conseils pour enseigner à des extravertis

<http://edu.stemjobs.com/teaching-extroverts/>

Techniques spéciales à destination des extravertis

<https://education.cu-portland.edu/blog/curriculum-teaching-strategies/how-to-handle-extroverted-students/>

Plus de conseils pour enseigner à des extravertis

<https://www.cfchildren.org/blog/2014/06/part-2-teaching-extroverts/>



3. Fiches d'informations sur les différents modules

Les fiches d'informations aideront les professionnels de la formation continue à délivrer les cours des différents modules du programme de formation à destination des entrepreneurs créatifs. Chaque fiche d'informations comprend :

- 1. Objectifs de la formation**
- 2. Documents nécessaires**
- 3. Mots clés**
- 4. Concepts clés**
- 5. Résultats / méthodologie clé**
- 6. Informations complémentaires**

Au cours de l'événement de formation chez le partenaire Boréal innovation, qui s'est tenu à Marseille du 21 au 25 janvier 2019, les professionnels de la formation professionnelle des pays partenaires ont reçu une formation sur chacune des fiches d'informations. Les fiches d'informations ont également été conçues de manière à ce que les tuteurs en formation professionnelle puissent y accéder de manière autonome.

Recommandation : Il est conseillé d'utiliser cette formation conjointement avec le contenu du programme de développement des entreprises créatives pour les entrepreneurs créatifs (IO1). Cette ressource éducative est disponible gratuitement et téléchargeable sur : <http://newcourses.kre8r-project.eu/>



Fiches d'informations sur les différents modules



Fiche d'information – module 1

Objectifs de la formation	A la fin de ce module, le professionnel de la formation continue sera en mesure de : 1. Comprendre la différence entre la formation en ligne, hors ligne et la formation mixte 2. Etre capable de mettre en place la méthode de classe inversée 3. Comprendre les concepts clés du module 4. Comprendre les objectifs et la méthodologie de la formation
Documents nécessaires :	Plateforme de e-learning Liens supplémentaires
Module :	Module de formation mixte
Mots clés :	Définitions : • Cours hors ligne / Approche traditionnelle en classe • Apprentissages en ligne synchrone et asynchrone • Apprentissage mixte • LMS (Learning Management System) Modèles : • Modèle d'apprentissage en ligne au rythme de chacun • L'approche de la « salle de classe inversée » • Webinaires pour l'apprentissage
Concepts clés :	Cours en ligne et hors ligne Les avantages de la formation mixte Préparation requise pour dispenser une formation mixte
Résultats Méthodologie/activité :	Approche expérimentale Travail de groupe
Informations complémentaires: <u>Définition des mots clés</u> Apprentissage hors ligne / Apprentissage traditionnel en classe - C'est le mode de fonctionnement " normal " pour la plupart des écoles, universités et centres de formations. La formation se fait en face à face, avec une classe d'étudiants et un enseignant présents en même temps et suivant un programme établi. Le rythme d'apprentissage de la classe est fixé par l'enseignant et tous les membres de la classe progresseront en même temps.	



Les livres et les textes sont les ressources d'apprentissage traditionnelles privilégiées, bien que de nombreux enseignants aient récemment commencé à utiliser des présentations et des vidéos qui sont projetées dans la classe en présence de tous les élèves. S'il existe des plateformes en ligne, elles sont surtout utilisées pour communiquer les notes ou pour l'envoi de devoirs, mais elles ne remplacent pas l'enseignement proprement dit.

Apprentissage en ligne (synchrone et asynchrone) - Cette façon d'enseigner est axée sur l'enseignement en ligne via un logiciel de médiation. Il existe des plateformes logicielles qui exigent que les enseignants et les élèves soient en ligne en même temps et en temps réel (synchrone), comme dans une approche webinaire. Dans ces cours en ligne, les élèves peuvent participer à distance, et l'aspect "humain" est préservé grâce à la diffusion vidéo et audio depuis leur ordinateur. L'enseignant dirige la session qui est diffusée à tous, mais il faut que les enseignants et les élèves s'entendent sur une heure précise pour tenir le cours. Les sondages en direct sont très couramment utilisés pour que l'enseignant vérifie si les élèves comprennent bien.

L'enseignement asynchrone en ligne se fait également par le biais d'une plateforme logicielle, mais dans ce cas, le matériel est déjà en ligne et a été préparé à l'avance par l'enseignant. Les élèves peuvent donc se connecter à l'heure qu'ils souhaitent et "consommer" le matériel à leur propre rythme. Les communications hors ligne comme les forums sont courants dans ce type de plateformes où l'enseignant commence une discussion ou répond à toutes les questions que les élèves pourraient avoir. Les jeux-questionnaires sont très répandus pour permettre aux élèves de s'auto-évaluer et aussi pour donner une rétroaction à l'enseignant sur la compréhension du matériel.

<https://www.mindflash.com/elearning/asynchronous-synchronous>

Apprentissage mixte - Il s'agit d'une méthode d'apprentissage où les cours en ligne et hors ligne sont mélangées (blended) afin d'obtenir le "meilleur des deux méthodes". Il s'agit d'une technique d'enseignement efficace qui a donné de bons résultats, même dans l'enseignement supérieur (universitaire). Certains apprentissages se font en ligne sur les plateformes, d'autres se font en présentiel dans un lieu physique.

https://en.wikipedia.org/wiki/Blended_learning

LMS (Learning Management System) – Ce sont les plates-formes qui sont le plus souvent utilisées pour l'apprentissage en ligne asynchrone. Elles demandent aux élèves d'ouvrir une session et de parcourir les différentes leçons ou unités en lisant des documents en ligne, en regardant des vidéos, en faisant des jeux-questionnaires, etc. Le plus grand LMS open source au monde est Moodle, mais il y en a beaucoup d'autres comme Dokeos, Blackboard, Course Press, etc. Une fois que vous avez appris comment



fonctionne un LMS, il n'est pas difficile de passer à un autre LMS, bien qu'il puisse être nécessaire de créer du matériel en ligne (ou au moins de l'adapter au nouveau système).

<https://elearningindustry.com/what-is-an-lms-learning-management-system-basic-functions-features>

Modèles:

Modèle d'auto-apprentissage en ligne - Dans cette façon d'enseigner, on suppose que l'apprentissage se déroule de façon asynchrone et que l'étudiant contrôle donc le moment et le lieu où il va apprendre. L'élève peut se déplacer aussi rapidement ou lentement que nécessaire et peut être amené à passer un test avant d'être autorisé à passer à l'unité suivante. L'étudiant sera capable de répéter des unités si nécessaire afin de mieux comprendre ou d'obtenir une meilleure note pour progresser dans le cours. On parle aussi parfois d'une approche centrée sur l'apprenant.

<https://www.easy-lms.com/knowledge-center/lms-knowledge-center/self-paced-learning-definition/item10384>

Approche de la « salle de classe inversée » - Il s'agit d'une méthodologie de mise en œuvre efficace de l'apprentissage mixte en inversant l'ordre de l'apprentissage et des travaux de cours. Dans l'apprentissage traditionnel, l'enseignement se fait en classe tandis que les cours et les devoirs se font sur une base individuelle, généralement à la maison. Dans la salle de classe inversée, l'élève commence par regarder le matériel d'apprentissage à la maison, puis le travail est fait en classe avec l'enseignant présent dans un style d'atelier. L'avantage de cette méthode est que l'enseignant est physiquement présent lorsque les élèves travaillent et mettent en pratique le matériel appris.

<https://facultyinnovate.utexas.edu/flipped-classroom>

<https://www.teachthought.com/learning/the-definition-of-the-flipped-classroom/>

Webinaires pour l'apprentissage - Cette approche déplace la salle de classe traditionnelle vers les salles de classe électroniques, ce qui permet à l'enseignant d'avoir une zone de recrutement plus large, incluant des élèves pouvant provenir de pays étrangers. L'apprentissage se fait avec tous les élèves, ils sont présents en ligne en même temps que l'enseignant, et des environnements de classe virtuels sont utilisés avec la diffusion de fichiers audios et vidéos. Le rythme est similaire à celui d'une vraie salle de classe, mais il est également possible pour l'enseignant d'enregistrer les sessions afin que les élèves puissent revoir la session à une date ultérieure (ou pour ceux qui ne l'ont pas fait à l'heure prévue).

<https://ec.europa.eu/epale/en/blog/webinars-and-virtual-classrooms>



Concepts clés

Cours en ligne et hors ligne

<https://cpduk.co.uk/news-articles/the-key-differences-between-online-learning-and-offline-learning>

Avantages de la formation mixte

<https://www.teachthought.com/technology/the-benefits-of-blended-learning/>

Préparation requise pour délivrer une formation mixte

<https://elearningindustry.com/7-tips-plan-effective-blended-learning>



Fiche d'informations - module 2

Objectifs de la formation	A la fin de ce module, le professionnel de la formation continue sera en mesure de : 1. Connaître le plan de formation du programme 2. Accéder aux cours sur la plateforme de e-learning 3. Comprendre les mots clés et les concepts principaux du module 4. Comprendre les résultats et la méthodologie du module
Ressources nécessaires :	Plan du module Power point (PPT) Vidéo Plateforme d'apprentissage en ligne
Module :	Introduction à l'entrepreneuriat créatif et « comment monter une entreprise créative ? »
Mots clés :	Définitions: • Modèle économique • Proposition de valeur • Viabilité financière • Canaux de distribution • Segments de clientèle
Concepts clés :	Business Model Canvas Analyse commerciale Analyse SWOT Créer une entreprise dans votre pays
Résultats Méthodologie/activité	Présentation/échanges Brainstorming Travail individuel Travail de groupe
Informations complémentaires : Définition des mots clés : Modèle économique – Le modèle économique d'une entreprise définit la manière dont elle va générer des revenus et faire du profit. Il explique quels produits ou services l'entreprise compte produire et quelles dépenses cela va entraîner. https://www.investopedia.com/terms/b/businessmodel.asp Proposition de valeur – Une proposition de valeur définit la valeur ajoutée qui sera offerte par le produit ou service de l'entreprise. C'est la raison pour laquelle un client devrait acheter chez vous. En résumé, la proposition de valeur :	



- Explique comment votre produit permet de résoudre un problème ou d'améliorer une situation (pertinence)
- Délivre des avantages particuliers (quantifiable)
- Donne les raisons pour lesquelles le client devrait consommer chez vous et non pas chez un concurrent (différentiation)

<https://conversionxl.com/blog/value-proposition-examples-how-to-create/>

Viabilité financière – Elle se rapporte à la santé financière d'une organisation. Cela inclut la capacité à générer suffisamment de profit pour réussir à combler ses dépenses, dettes, et, quand cela est possible, à permettre une croissance tout en maintenant la même qualité de services. Atteindre la viabilité financière est un processus intégré impliquant une révision des dépenses et revenus d'une organisation, ses rapports de performance financière, son modèle économique et toutes autres informations du volet économique de l'organisation.

<http://www.consultcrimsoni.com/project-financial-viability.htm>

Canaux de distribution – C'est une part importante du plan de développement et elle inclut toutes les étapes par lesquelles une information que l'on souhaite communiquer passe jusqu'à atteindre le client. Ceci peut inclure les grossistes, les distributeurs ou internet.

<https://www.marketing91.com/distribution-strategies/>

Segments de clientèle – La segmentation de la clientèle consiste en le fait de diviser sa clientèle en de différents groupes d'individus représentant les mêmes caractéristiques selon des critères de marketing come l'âge, le genre, les intérêts et les habitudes.

<https://searchsalesforce.techtarget.com/definition/customer-segmentation>

Concepts clés

Analyse commerciale

Une analyse commerciale est une prise de recul sur l'organisation d'une entreprise afin de faire des prédictions à propos de son avenir. Une bonne analyse offre des suggestions d'améliorations des pratiques ou du modèle économique.

Vous pouvez trouver ici des outils afin de vous aider à mieux comprendre votre organisation : <http://www.businessmakeover.eu>

Analyse SWOT

C'est un outil qui permet de prendre conscience des forces, faiblesses, opportunités et menaces d'une entreprise afin de l'améliorer

Pour en savoir plus sur ce modèle :

<https://www.businessmakeover.eu/platform/envision/tool-detailed-view?id=f6a1edce7ea84edex-515e165ex1580afbbf8dx-7268>



Business Model Canvas

Vous pouvez le construire en ligne :

<https://strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Plus d'informations :

https://en.wikipedia.org/wiki/Business_Model_Canvas

Créer une entreprise dans votre pays

Chaque pays de l'UE a ses propres règles quant aux procédures de création d'une entreprise et des réglementations juridiques à respecter...

Il y a cependant un référentiel des personnes ou institutions à contacter pour vous aider à traverser ces étapes :

https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact_en



Fiche d'informations –module 3	
Objectifs de la formation	A la fin de ce module, le professionnel de la formation continue sera en mesure de : 1. Connaître le plan de formation du programme 2. Accéder aux cours sur la plateforme de e-learning 3. Comprendre les mots clés et les concepts principaux du module 4. Comprendre les résultats et la méthodologie du module
Ressources nécessaires :	Plan du module Power point (PPT) Vidéo Plateforme de e-learning
Module :	Comprendre le marketing dans les entreprises des industries créatives & comment développer une stratégie marketing
Mots clés	Définitions: • Marketing • Stratégie marketing • Mix marketing Modèles : • 4p – 7p – 4c • Modèle AIDA
Concepts clés	Positionnement marketing Relations clients Canaux de marketing Objectifs SMART
Résultats Méthodologie/activité	Présentation/échanges Brainstorming Travail individuel Travail de groupe
Informations complémentaires : Définition des mots clés : Marketing –Le marketing est le processus de management servant à identifier, anticiper et satisfaire les besoins du client. Les entrepreneurs créatifs ont besoin de vendre leurs produits ou services, et pour cela ils ont besoin de personnes prêtes à les acheter. Ils ont également besoin de visibilité sur le marché. Les techniques à appliquer pour être sûr de vendre suffisamment sont celles du	



marketing « traditionnel ». Il est important qu'ils partagent leur histoire, mais également qu'ils produisent un contenu qui encourage leurs clients à partager cette histoire avec leurs contacts et sur les réseaux sociaux afin d'étendre la portée du message et d'atteindre une clientèle plus diversifiée.

Stratégie marketing – Une stratégie de marketing est le plan global d'une entreprise pour atteindre les personnes et les transformer en clients du produit ou du service qu'elle fournit. La stratégie de marketing éclaire le plan de marketing, qui est un document qui décrit les types d'activités de marketing et le moment où elles doivent se dérouler.

Le mix marketing - Le mix marketing désigne l'ensemble des actions, ou techniques qu'une entreprise utilise pour promouvoir sa marque ou son produit sur le marché. Les 4P constituent un mix marketing typique - Prix, Produit, Promotion et Place. ... La tarification peut également servir de démarcation, pour différencier et valoriser l'image d'un produit.

Modèles 4P-7P-4C

Ce lien vous permettra d'en apprendre plus sur ces différents modèles :

<https://marketingmix.co.uk/>

<https://www.bbc.com/bitesize/guides/zw987ty/video>

Définition des concepts clés

Stratégie de positionnement marketing – Ce lien apporte des informations sur le positionnement stratégique au sein des entreprises créatives

<http://www.culturalenterpriseoffice.co.uk/our-services/resources/marketing/>

Canaux de marketing – Les circuits de vente sont les moyens par lesquels les biens et services sont mis à la disposition des consommateurs. ... L'itinéraire que suit le produit de sa production jusqu'au consommateur est important parce qu'un entrepreneur doit décider quel itinéraire ou canal est le meilleur pour son produit.

Après avoir établi des informations sur leur produit et les marchés pertinents, les entrepreneurs créatifs doivent se demander comment faire connaître leur entreprise et leur produit. Tous les moyens de communication ne conviennent pas à leur entreprise. Et les méthodes qu'ils utilisent peuvent changer à mesure que l'entreprise se développe et grandit.

Avant de commencer toute activité promotionnelle, les entrepreneurs créatifs doivent être clairs :

- Quel message veulent-ils communiquer ?
- Qui est l'auditoire ?
- Quelle est la meilleure façon de communiquer avec eux ?
- Quel est leur budget ?
- Quelles mesures utiliseront-ils pour savoir s'ils ont réussi ?



En tant que nouvelle entreprise, ils doivent faire le meilleur usage possible de leurs finances et de leurs ressources pour communiquer avec leurs clients. Certaines activités promotionnelles sont coûteuses et ne devraient être envisagées que pour des produits ou des publics spécifiques et seulement à certaines étapes du cycle de vie du produit. Il ne servirait à rien de dépenser des milliers de livres en publicité dans un magazine sur papier glacé si leurs clients ont tendance à utiliser les médias sociaux et à acheter leurs produits en ligne. Les entrepreneurs créatifs doivent donc cibler leur activité pour obtenir le meilleur effet possible.

Les six principaux outils de promotion de leur entreprise et de leurs produits ou services sont les suivants :

- Relations publiques
- Publicité
- Marketing en ligne et médias sociaux
- Marketing direct
- Promotion des ventes
- Vente personnelle

Modèle AIDA - L'acronyme AIDA signifie Attention, intérêt, désir et action. ... Étant donné que de nombreux consommateurs sont sensibilisés aux marques par la publicité ou les communications marketing, le modèle AIDA aide à expliquer comment une publicité ou un message marketing engage et implique les consommateurs dans le choix de la marque.

Objectifs SMART - SMART est l'acronyme pour des objectifs spécifiques, mesurables, ambitieux, réalistes et limités dans le temps :

- Spécifique : Votre objectif doit se concentrer sur une mesure clairement définie.
- Mesurable : Vous devez disposer d'un moyen de mesurer le contenu que vous publiez.
- Ambitieux : Votre objectif doit vous pousser au-delà des résultats que votre contenu va générer.
- Réaliste : Gardez vos aspirations à l'esprit avec ce que vous pouvez raisonnablement compléter avec les ressources qui sont (ou seront) disponibles pour vous.
- Limité dans le temps : Votre objectif doit avoir une date de fin déterminée à l'avance.



Fiche d'information – module 4	
Objectifs de la formation	A la fin de ce module, le professionnel de la formation continue sera en mesure de : 5. Connaître le plan de formation du programme 6. Accéder aux cours sur la plateforme de e-learning 7. Comprendre les mots clés et les concepts principaux du module 8. Comprendre les résultats et la méthodologie du module
Documents nécessaires :	Plan du module Power point (PPT) Vidéo Plateforme de e-learning
Module :	Encourager les nouvelles entreprises à développer leur réseau professionnel
Mots clés	• Networking • Collaboration • Parties prenantes • Développement du réseau
Concepts clés	Règle Pareto 80/20 Analyse des parties prenantes Développer un réseau professionnel Réseaux sociaux Référencement
Résultats Méthodologie/activité	Présentation/discussion Brainstorming/discussion Travail de groupe Travail individuel Apprentissage par le jeu Jeu de rôles
Informations complémentaires : Définition des concepts clés Réseautage - Le réseautage est une activité commerciale vitale par laquelle les professionnels et les entrepreneurs se rencontrent pour établir des relations d'affaires et pour reconnaître, créer ou exploiter des occasions professionnelles, partager de l'information et chercher des partenaires potentiels pour des entreprises. Pour les industries créatives et en particulier celles qui viennent de milieux artistiques, c'est peut-être l'un des moyens les plus importants de se faire connaître, de faire connaître leurs passions et de trouver des personnes partageant les mêmes idées et qui, en tant que fournisseurs, partenaires ou clients, aideront l'entrepreneur créatif à se développer. La mise en réseau coûte beaucoup de temps mais peu d'argent. Cependant, c'est toujours un investissement que l'entrepreneur doit prendre en	



compte, surtout au début lorsque l'entreprise est très peu connue.

Collaboration - Collaborer avec d'autres entrepreneurs, entreprises ou particuliers afin d'atteindre un objectif (commercial) commun, qui peut être de court ou de long terme, fermé ou ouvert. De nombreuses entreprises créatives ont tendance à travailler en collaboration, car il est plus simple d'avoir un "poids". La collaboration peut être ponctuelle ou formalisée par le biais de contrats dans lesquels différentes entreprises énumèrent leurs objectifs communs et leurs engagements en vue de les atteindre, ainsi que la façon de partager les revenus.

Parties prenantes - Toutes les personnes et entités qui sont touchées par une entreprise ou qui ont une incidence sur une entreprise sont appelées les intervenants. Il peut s'agir, par exemple, des actionnaires, de la direction, des employés, des clients, des utilisateurs finaux et même des pouvoirs publics, des autorités locales et du grand public. Chaque entreprise (et parfois chaque service / produit) aura un ensemble très différent de parties prenantes et il est important d'en tenir compte pour les décisions commerciales. Le réseautage avec divers types d'intervenants aide également à mieux comprendre ce que notre entreprise a de différent.

Développement du réseau - Nourrir son réseau d'affaires permet à votre entreprise de développer des opportunités supplémentaires et de les concrétiser. Le développement de réseau est l'action constante qu'un entrepreneur ou un directeur d'entreprise doit faire pour s'assurer que son réseau d'affaires demeure vivant. Cela peut se faire en ligne (sur les réseaux sociaux comme LinkedIn) ou en personne (via des conférences, des ateliers, des événements, des clubs d'affaires, etc.)

Liens intéressants :

Développement du réseau professionnel pour les introvertis et les extravertis
<https://www.udemy.com/networking101/>

Cours sur les parties prenantes
<https://study.com/academy/lesson/what-is-a-stakeholder-in-business-definition-examples-quiz.html>

Améliorer ses compétences de réseautage professionnel
<https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneurial-skills/improve-networking/pages/business-networking-tips-entrepreneurs.aspx>

Concepts clés

Règle 80/20 de Pareto - La règle 80-20 est une règle empirique qui stipule que 80% des résultats peuvent être attribués à 20% des efforts pour un événement donné. En affaires, la règle 80-20 est souvent utilisée pour souligner que 80% des



revenus d'une entreprise sont générés par 20% de sa clientèle totale.

https://en.wikipedia.org/wiki/Pareto_principle

Analyse des parties prenantes – c'est une technique importante pour l'identification et l'analyse des besoins des parties prenantes. Elle sert à identifier tous les intervenants clés (primaires et secondaires) qui ont un intérêt direct dans le projet.

<https://project-management.com/what-is-stakeholder-analysis/>

Développer un réseau d'affaires / Gestion de réseau -

Le réseautage d'affaires est la technique la plus efficace pour créer des références et bâtir une entreprise durable et prospère. ... Le suivi de ces prospects et leur transformation en clients facilite l'atteinte de vos objectifs d'affaires. Les pistes du réseautage sont souvent beaucoup plus ingénieuses que les formes de marketing.

<https://www.youtube.com/watch?v=FgC8amJKWOM>

Réseaux sociaux - Réseaux sociaux ou médias sociaux sont des termes collectifs qui désignent tous les types de canaux de communication en ligne dédiés à la participation communautaire, à l'interaction, au partage de contenu et à la collaboration. Les sites Web et les applications dédiés aux forums, au microblogging, aux réseaux sociaux, au bookmarking social, à la conservation sociale comptent parmi les différents types de médias sociaux.

Voici les principaux exemples de médias sociaux :

Facebook est un site de réseautage social gratuit populaire qui permet aux utilisateurs inscrits de créer des profils, de télécharger des photos et des vidéos, d'envoyer des messages et de rester en contact avec leurs amis, leur famille et leurs collègues. Selon les statistiques du groupe Nielsen, les internautes passent plus de temps sur Facebook que sur tout autre site Web.

Twitter est un service de microblogging gratuit qui permet aux membres inscrits de diffuser des messages courts appelés tweets. Les membres de Twitter peuvent diffuser des tweets et suivre les tweets d'autres utilisateurs en utilisant plusieurs plateformes et dispositifs.

Google+ est le projet de réseautage social de Google conçu pour reproduire la façon dont les gens interagissent dans la vie courante. Le slogan du projet est "Partage de la vie réelle repensée pour le web".

Wikipedia est une encyclopédie en ligne gratuite et ouverte créée grâce à la collaboration d'une communauté d'utilisateurs connue sous le nom de Wikipédians. Toute personne inscrite sur le site peut créer un article et être publié. L'inscription n'est pas nécessaire pour modifier les articles. Wikipedia a été fondé en janvier 2001.

LinkedIn est un site de réseautage social conçu spécialement pour le milieu des



affaires. Le but du site est de permettre aux membres inscrits d'établir et de documenter les réseaux de personnes qu'ils connaissent et en qui ils ont confiance professionnellement.

Pinterest est un site de socialisation pour le partage et la catégorisation d'images trouvées en ligne. L'intérêt nécessite de brèves descriptions, mais l'objectif principal du site est d'ordre visuel. Par exemple, si vous cliquez sur une photo d'une paire de chaussures, vous serez peut-être dirigé vers un site où vous pourrez les acheter. Une image de crêpes aux myrtilles pourrait vous mener à la recette ; une photo d'un nichoir fantaisiste pourrait vous mener aux instructions pour le construire.

Snapchat est une application mobile pour les appareils Android et iOS. L'un des concepts fondamentaux de l'application est que toute image, vidéo ou message que vous envoyez - par défaut - n'est mis à la disposition du récepteur que pendant une courte période avant qu'il ne devienne inaccessible. Cette nature temporaire de l'application a été conçue à l'origine pour encourager un flux d'interaction naturel.

Construire un réseau professionnel sans quitter son bureau

<https://www.forbes.com/sites/kellyhoey/2018/08/22/20-ways-to-build-a-strong-business-network-without-leaving-your-desk/#2fb99fd13ac7>

19 conseils à destination des petites entreprises pour leur marketing sur les réseaux sociaux

<https://www.youtube.com/watch?v=vv8KZq6XRYE>

Référencement – Le référencement est une méthode de promotion des produits ou services, en ligne ou par la recommandation par des personnes physiques. Ce genre de référencement se produit de manière spontanée mais il est possible de développer des stratégies qui incitent les personnes à nous recommander.

25 façons de demander des recommandations sans passer pour un désespéré

<https://www.entrepreneur.com/article/292645>





Erasmus+

This project has been funded with support from the European Commission.

This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.