Construire la "marque bibliothèque" : méthodes et outils

Formation en présentiel
Dates : du 04/10/2021 au 05/10/2021
Durée : 2 jours
Publics visés : Conservateurs et directeurs de bibliothèques, chargés de communication en bibliothèque, responsables de services documentaires ou d'archives, bibliothécaires, documentalistes, archivistes
Lieu de la formation : Enssib, 17/21 boulevard du 11 novembre 1918 , 69100 Villeurbanne
Responsable scientifique : Jean-Philippe ACCART Responsable de la Bibliothèque du Campus Reims - Sciences Po Paris
Compétences visées
Inscrire durablement la bibliothèque dans le paysage culturel et éducatif, qu'il soit local, régional, national.
Donner de manière concrète une meilleure visibilité de la bibliothèque et de ses activités auprès du public, mais également aux tutelles.
Rendre intelligible la marque comme un des éléments-clés d'une stratégie de développement, de communication et de marketing.
Construire une image institutionnelle forte.
Cette formation est placée sous la responsabilité de Jean-Philippe Accart, coordinateur de l'ouvrage collectif paru en 2018 aux Presses de l'Enssib : "Personnaliser la bibliothèque : construire une stratégie de marque et augmenter sa réputation" (collection la Boîte à outils)
Méthodes pédagogiques

Hormis quelques règles de base en communication et marketing, la formation veut répondre à un besoin de laisser une trace durable dans le paysage culturel et de montrer la différence de la bibliothèque. Pour cela, elle associe des spécialistes du marketing, des designers, des graphistes et des bibliothécaires.
La formation va s'appuyer sur :
* des éléments de langage indispensables pour intégrer le monde de la communication et du marketing ;
* des exemples et des études (réussies ou non) de bibliothèques ayant tenté l'expérience de la marque : ce qu'il faut faire et ne pas faire ;
* d'autres exemples tentées dans des domaines différents, tels les musées, l'édition, les établissements culturels ;
* des réflexions qui viennent à la fois de bibliothèques universitaires, mais également publiques.

Contenu de la formation
Formation axée essentiellement sur un des éléments-clés d'une politique de communication destinée à la fois au public, mais également aux décideurs, la question de la "marque bibliothèque" mérite que l'on réfléchisse à ce qu'elle contient, au sens que l'on veut lui donner, au message que

l’on veut faire passer.
La marque s’appuie sur des éléments très concrets du design institutionnel qui donne une vraie identité à la bibliothèque : nom, logo, message, couleurs sont des composantes essentiels et, bien coordonnés, font partie de la réussite de la marque et de l’empreinte qu’elle laisse dans les esprits.
La bibliothèque – petite, moyenne ou grande – est souvent noyée dans un paysage culturel (avec les musées, les théâtres, les associations culturelles), et n’a pas d’image qui lui est propre.
Tarifs 390€

Gratuit pour les personnels des ministères de l'enseignement supérieur et de la culture : consultez les tarifs particuliers

Formation soutenue par le Service du Livre et de la Lecture du Ministère de la Culture

Vos contacts
Claudette Laib et Monique Boudin, Gestionnaires stagiaires - Pôle FTLV
Direction des études et des stages
Tél : +33 (0)4.72.11.44.46
Email : formationcontinue@enssib.fr
Candidater à la formation
Dates de candidature : du 20/10/2020 au 25/09/2021.
Une sélection des participants sera effectuée 2 jours après la clôture des candidatures.