**SUIVI DES USAGERS**

Merci d’assister à cet atelier consacré au suivi des publics à partir du RIC.

Comme il est indiqué dans le programme du séminaire, plusieurs membres du réseau RIC appellent régulièrement l’ARCADE afin de connaître nos méthodes relatives au suivi de nos publics, d’où l’idée de proposer un atelier sur cette thématique.

Je vous présenterai donc quelques exemples pour :

* La gestion des abonnements et désabonnement à nos publications
* Le suivi des stagiaires de notre programme de formation
* La gestion des participants à nos rencontres professionnelles ou à des réunions
* L’organisation d’un plan de diffusion à des fins de communication

C’est un atelier, donc n’hésitez pas à m’interrompre et à me poser des questions.

Voici quelques exemples d’actions que l’ARCADE mène régulièrement et qui font l’objet de campagne de communication (DIAPO 2 + PRÉSENTER CHAQUE ACTION).

Je voudrais préciser que la politique de l’ARCADE a toujours été de centraliser toute l’information dans une seule et même base de données, et que toute diffusion d’actions de communication se fait à partir du RIC.

Les différents services de l’ARCADE ne disposent pas de fichiers paralèlles, toutes les données sont centralisées par le Centre d’information et de documentation évitant ainsi une déperdition de l’information.

**Je vais tout d’abord prendre l’exemple de la gestion des abonnements et des désinscriptions à notre newsletter (La e.Lettre)**

* Pour les abonnements via notre site Internet, voici le formulaire d’abonnement et le mot-clé (e.Lettre site)
* Autrement, ce n’est peut-être pas correct, mais toute structure saisie dans le RIC fait l’objet d’un mot clé (e.Lettre MONTRER RIC).
* Idem, pour toute personne demandant un programme de formation de l’Arcade ou rencontres que nous organisons (MONTRER MESSAGERIE).
* Nous appliquons des PUSH pour l’envoi de notre newsletter, et bien évidemment ils peuvent se désabonner à tout moment via un formulaire dont le CID est destinataire (MONTRER MESSAGERIE + RIC MOT CLÉ DÉSINSCRIT E.LETTRE). Lors d’une campagne de communication, seuls les inscrits à la e.Lettre recevront bien entendu l’information. Cela étant, si notre campagne de communication dépasse le secteur du spectacle vivant et les seuls inscrits à la e.Lettre, nous nous servons des COMBINAISONS DE SÉLECTION (ex. SECTEUR DU CINÉMA + ARTS VISUELS + E.LETTRE) – DESINSCRITS E.LETTRE

**En ce qui concerne, les personnes qui demandent un programme de formation ou qui suivent un stage**

* Voici le formulaire et l’organisation des mots clés. Le formulaire est reçu par le CID pour l’intégrer dans le RIC et aussi par le Service formation pour l’envoi du programme.
* Pour les stagiaires, tous font l’objet de mots clé selon l’année et la formation suivie (MONTRER MOTS CLÉS)

**En ce qui concerne, les inscrits à nos rencontres professionnelles**

* Montrer formulaire d’inscription ZOOM (entreprendre dans la culture) + gestion des mots clés
* Monter formulaire d’inscription RDV pros + gestion des mots clés
* Réunion PACADAC

Donc, à partir de ces mos clés on peut faire bien évidemment des listes d’émargements mais aussi, je vais prendre l’exemple du réseau des DAC de Paca, faire un repérage des DAC qui ne viennent jamais aux réunions du réseau, les appeler et connaître les raisons)

**L’objectif de tout centraliser dans le RIC, c’est :**

* Le fait de centraliser toutes ces infos provenant des demandes d’abonnement, d’inscription à des rencontres, les stagiaires… dans le RIC permet de mettre à jour les données.
* De pouvoir faire simplement des bilans sur le taux de participations à nos différentes opérations.
* Mais surtout, selon, la profession des personnes référencées, connaître le profil des participants (MONTRER BILAN RDV PROS)
* Mais l’objectif principal, est de faire des plans de diffusion ciblés pour nos campagnes de communication selon le type d’opération.
* Exemple, l’ARCADE organise une campagne de communication pour une rencontre sur la mobilité internationale, au delà des porteurs de projets, nous ciblerons également les anciens stagiaires de l’ARCADE qui ont suivi des formations sur l’EUROPE ou des formations tels que l’ANGLAIS TECHNIQUE DANS LE DOMAINE DU SPECTACLE VIVANT.
* Montrer un exemple d’un plan de diffusion
* Prochainement, nous allons améliorer notre système de désabonnement en séquençant nos différents supports ou actions :  
  EXEMPLE : Nous intégrerons des mentions du type :  
  \* Je ne souhaite plus revois les informations de l’ARCADE  
  \* Je souhaite recevoir la e.Lettre (boite à cocher)  
  \* Je souhaite recevoir le programme de formation  
  …
* J’aimerais aussi connaître vos pratiques relatives au suivi des publics.