

*Élaborer et mettre en œuvre
une stratégie de communication et de diffusion
pour le spectacle vivant*

1. OBJECTIFS

- Acquérir une méthode de réflexion permettant de mettre en oeuvre une stratégie globale de communication à partir du marketing traditionnel.
- Choisir et organiser les outils de communication les plus pertinents pour réaliser sa communication à partir de la stratégie de communication définie.
- Adapter ses supports de communication en fonction de ses destinataires (professionnels ou public) : « papier » (plaquettes, flyers, affiches, dossiers, communiqués...) ; « visuels » (montage photos ou vidéos) ou « numériques » (réseaux sociaux, newsletters, site web, mailing...).
- Savoir constituer et rédiger un dossier de demande de subvention.
- Savoir communiquer avec les médias, les partenaires, les financeurs.

2. PUBLIC CONCERNÉ

Artiste, monte ou vient de monter une création artistique pour laquelle il/elle a besoin d'être accompagné.e dans sa communication et son auto diffusion auprès des professionnels comme du public. Toute inscription est sous condition d'une lettre de motivation et d'un entretien préalable.

3. PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière n'est nécessaire. Être muni d'un ordinateur et en avoir une pratique quotidienne.

4. DURÉE ET ORGANISATION/ MODALITÉS D'ACCÈS

Durée : 105 heures de formation - 3 modules de 1 semaine chacun
Du lundi au vendredi / 3 semaines (35 h par semaine)

- **Pour vous inscrire, envoyez CV et lettre de motivation** à contact@commeuneplume.fr
- **Dates des sessions** : Nous organisons une session par mois. Les dates exactes vous sont transmises au plus tard un mois avant votre entrée en formation. Par exemple, pour intégrer une session ayant lieu en mars, merci de nous transmettre votre dossier avant début février. Si vous envoyez votre candidature le 15 février, votre entrée en formation pourra se faire à la session d'avril.

5. CONTENU

Apprendre à communiquer pour vendre un spectacle peut devenir un acte créatif et militant.

Module 1 - Positionner son projet pour se différencier avec un concept de communication, puis appliquer sa communication dans une diffusion multicanale et numérique.

5 jours / 35 h

- Le cercle d'or et la méthode Sinek.
- Définir son persona marketing.
- Jouer avec les punchlines. Trouver sa tonalité.
- Apprendre à pitcher son projet.
- Définir ses objectifs et ses cibles.
- Organiser son travail et celui de son équipe, établir un retroplanning.
- Élaborer un plan de communication adapté à son projet.
- Déterminer les supports de communication les plus adaptés et penser la complémentarité entre les types de documents (papier, visuels, numériques, relations publiques...).
- Savoir présenter une manifestation, un événement, un artiste, une structure... : blog et inbound marketing.
- Assimiler les bases de l'écriture journalistique et publicitaire.
- Connaître la réglementation en matière d'utilisation d'images, de photos et de responsabilité éditoriale (sites internet).
- Concevoir ses supports de communication.
- Réaliser un dossier pédagogique.

L'objectif de ce module est que chacun reparte avec son pitch, son plan de communication et le plan d'un support de communication à créer dans le module suivant. Pour cela, un temps sera donné de recherches et de travail personnel. 2 jours de travail en présentiel puis 1 journée de travail personnel et enfin 1 journée de retours & de corrections.

Module 2 - Réaliser des supports de communication attractifs et efficaces.

5 jours / 35h

- Monter un teaser de son spectacle et savoir l'adapter en fonction des supports et des destinataires.
- Créer une capsule vidéo destinée aux réseaux sociaux.
- Comprendre et maîtriser les bases de Wordpress pour créer et/ou mettre à jour un site internet.
- Maîtriser les fondamentaux de la communication sur les réseaux sociaux (Facebook et Instagram).
- Créer son dossier artistique sur le net en évitant les erreurs classiques.
- Appliquer la technique du publipostage à l'e-mailing et l'appliquer à ses campagnes d'e-mailing.
- Créer un Vlog et la création d'une communauté.

L'objectif de ce module est que chacun reparte avec la réalisation complète d'au moins 1 support de communication. La formation s'établira en demi journée. Les participants auront le matin les cours théoriques sur la maîtrise technique d'un exemple de support de communication. L'après-midi, les participants devront appliquer les techniques apprises sur le ou les supports qu'ils devront développer. Attention aucune communication n'est possible sans son concept (module 1)

Module 3 - Savoir communiquer son projet auprès des organismes de financement et mettre en place une stratégie d'autodiffusion

5 jours / 35 h

- Identifier les différents partenaires possibles en fonction de son projet.
- Comment rendre solide sa compagnie théâtrale pour être éligible ?
- Comprendre les différents types de dossiers de subvention.
- Savoir rédiger un dossier de subvention : argumentaire, budget, courriers d'accompagnement.
- Répondre à des appels à résidence.
- Une campagne de mécénat et/ou de crowdfunding.

L'objectif de ce module est que chacun soit en mesure de remplir un dossier de subvention ou de répondre à un appel à résidence, de bien en comprendre les attentes et les objectifs afin de pouvoir mettre en place une stratégie d'autodiffusion.

6. LA FORMATRICE

Sheila VIDAL, *Consultante en stratégies de communications pour les artistes.*

Agrégée de Lettres, Sheila Vidal a un parcours atypique. Issue d'un double cursus universitaire à la Sorbonne (Lettres Théâtre & communications), Sheila Vidal a d'abord commencé par travailler en tant qu'enseignante, critique dramatique et formatrice numérique. Fondatrice de *Qui Veut Le Programme ?* en 2015, elle développe des ressources pédagogiques et des partenariats avec de nombreux théâtres publics comme privés. Son association est récompensée par le Label Cap'ten en remportant le 1er prix de la Ville de Paris. Cela lui donnera droit à 9 mois de formation en web marketing et en communication.

Forte de toutes ces expériences acquises et de ses connaissances dans le milieu du spectacle, elle pose une rupture conventionnelle avec l'Éducation nationale et fonde Poussée dynamique, structure avec laquelle elle accompagne au quotidien des artistes, tant dans leurs créations, leurs structurations et leur communication.

7. MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

Cette formation alterne l'exposé participatif (apports théoriques, pédagogie interrogative) et le plan d'action personnel (applications en direct ou à distance de bonnes pratiques mobilisables et applicables par les participants, pédagogie active).

La pédagogie active est priorisée, par mise en situation de votre propre contexte de travail et projets, des conseils personnalisés sont délivrés à chaque participant.

Il est aussi demandé au participant d'apporter ses documents de communication afin de pouvoir les analyser.

Une évaluation des connaissances est effectuée pour chacun des modules, prenant la forme de QCM, interrogations orales et rendus de travaux pratiques par le stagiaire.

Les supports pédagogiques et les références bibliographiques sont fournis à chacun pendant ou après la formation, après avoir été commentés pour assurer leur bonne appropriation.

8. TARIFS ET FINANCEMENTS

Tarif de la formation complète : 3 modules, 105 heures : à 4280 €

Financements : Afdas, Pôle Emploi. Non éligible au CPF.

9. RÉFÉRENT HANDICAP

Contact : Sophie Chaillou, administratrice, contact@commeuneplume.fr

06 63 70 30 15

COMME UNE PLUME SARL

Siège social : 41 rue Jussieu 75005 PARIS

www.commeuneplume.fr

contact@commeuneplume.fr

Tél. / 0663703015

SIRET n°84128891300012

Numéro de déclaration d'activité : 11756657875

Référentiel National Qualité : B05744

Mise à jour : janvier 2025