

FORMATION PROFESSIONNELLE

Les bases de la diffusion pour vendre son spectacle



OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, les stagiaires seront en capacité de :

- ▶ Identifier les acteurs de la diffusion et de la production
- ▶ Identifier les points forts et les points faibles de son projet en rapport avec sa cible
- ▶ Positionner son projet et élaborer une stratégie de diffusion

FORMATEUR



Eric JALABERT

Fondateur de VivantMag en 2004, Eric Jalabert côtoie le spectacle vivant depuis près de 20 ans à plusieurs titres : artiste de rue, diffuseur, porteur de projets, programmateur. Il connaît les différences facettes des métiers du spectacle vivant, et propose une formation compacte dans le domaine de la diffusion, en lien avec la réalité des petites et moyennes structures.

PROCHAINES SESSIONS

mai / juin 2023

[framadate ici](#)

PUBLICS

Tout artiste, professionnel ou porteur de projet dans l'art ou la culture.

DURÉE

2 journées de 7 heures soit 14 heures

PRÉ-REQUIS

- ▶ Comprendre et parler le français
- ▶ Avec ou sans expérience de la diffusion
- ▶ À l'aise avec les outils informatiques, le téléphone et l'usage d'internet
- ▶ Avoir un ordinateur portable qui puisse être connecté à internet en wifi

MÉTHODES UTILISÉES

- ▶ Déductive et active (travail en groupe, réflexion commune et partagée, animations et interaction à partir de cartes mentales, exercices d'application concrets (avec restitution collective).
- ▶ Travail en groupe : sur projets existants et portés par les stagiaires, sur des exemples types ou en se regroupant sur des projets communs (au choix).

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Questionnaire et documents complétés ensemble.

LIEU DE LA FORMATION

Formation en présentiel à Avignon (lieu à définir - accessible PMR).

COÛT DE LA FORMATION

60 € TTC / heure soit 840 € TTC
Finançable par les OPCO
NDA OF : 93 84 04438 84

FORMATION PROFESSIONNELLE

Les bases de la diffusion pour vendre son spectacle

PROGRAMME

JOUR 1 / MATINÉE

CHAMP D'INTERVENTION

DU CHARGÉ/E DE DIFFUSION

- Introduction et tour de table
- La vente de production artistique
- Les 4 grands cercles de diffusion en France
- Étudier l'environnement de la structure
- L'histoire et le parcours de la compagnie
- Les particularités de la compagnies
- Détail et caractéristiques du projet artistique
- Les formes artistiques
- Les cibles des spectateurs
- Définir le public cible.
- Les critères de sélection
- Vers quels types de diffuseurs dois-je m'orienter ?

Exercice pratique : positionner son projet et définir ses publics cibles au regard des cercles de diffusion.

JOUR 2 / MATINÉE

L'APPROCHE BUDGÉTAIRE

- Les grandes règles de bases des budgets
- Diffusion vs Production
- Le coût d'un spectacle
- Que recouvre le prix d'un spectacle ?
- Les clés de ventilation et arbitrage
- Évaluer le prix de vente d'un spectacle

Exercice pratique : calculer le prix de vente d'un spectacle.

JOUR 1 / APRÈS-MIDI

MÉTHODOLOGIE D'INTERVENTION

- Favoriser le contact ciblé et en assurer un bon suivi
- Répertorier 10 diffuseurs locaux
- Définir les éléments de communication
- Les éléments de base d'une bonne communication
- Méthodologie pour réaliser un dossier artistique
- Fichiers et gestion des contacts
- Les informations pertinentes à conserver dans son fichier
- La structure de fichier à mettre en place
- Les outils mis à disposition
- Quelle base de données choisir ?
- Outils de gestion quotidienne

Exercice pratique : élaborer une liste d'une dizaine de contacts correspondant à son public-cible.

JOUR 2 / APRÈS-MIDI

LA DIFFUSION AU QUOTIDIEN

- Établir des planning de relances et des bilans des actions
- La « to do list »
- Les règles d'or pour vendre : réussir son ouverture / s'intéresser à son interlocuteur / reformuler le besoin / faire une ébauche de proposition / conclure et convenir d'une prochaine étape

Exercice pratique : mise en situation avec plusieurs candidats (face à face ou téléphone).

- Bilan final et questionnaire d'évaluation.

Chaque stagiaire partira avec le dossier contenant les documents-types présentés et les documents réalisés en groupe.