



Prospecter, diffuser et vendre son spectacle

(Formation à distance)



8

stagiaires



25

heures



7

demi-journées



1500^{€HT}

1800 €TTC

Description

La diffusion représente un enjeu majeur dans la réussite d'un projet artistique, car au-delà de faire connaître le travail d'un artiste/d'une équipe artistique, elle va participer grandement à la viabilité du projet.

Pièce essentielle du développement de la carrière d'un artiste, la diffusion requiert avant tout méthode et stratégie.

C'est ce que la formation « Prospecter, diffuser et vendre son spectacle » propose de transmettre à ses participants.

Elle leur permettra notamment d'élaborer, structurer, planifier leur prospection et construire leur pitch pour une diffusion plus efficace.

Elle s'appuiera sur des outils éprouvés sur le terrain, des connaissances théoriques, le partage d'expérience et de nombreux exercices pratiques.

La direction pédagogique de la formation a été confiée à Stéphane Marvy, administrateur de compagnie qui a notamment administré les ensembles musicaux Les Temps Modernes et Artifices, œuvré pour la compagnie Nacera Belaza (danse) et créé Samedi 14 Publishing, maison de production dans le domaine des musiques actuelles.

La pluralité et la transversalité de son expérience, conjuguées à son activité de consultant lui permettent d'appréhender le spectacle vivant et le poste d'administrateur dans des contextes et esthétiques variés.

Profil professionnel des stagiaires

Personnes en charge de la diffusion d'une compagnie ou d'une structure culturelle ou se destinant à le devenir :

→ Chargés de diffusion/bookers "juniors"

→ Directeurs artistiques /artistes souhaitant assurer eux-mêmes la diffusion de leur spectacle

Prérequis

→ Avoir un projet de diffusion de spectacle en cours ou à venir.

→ Pratique préalable et maîtrise d'un traitement de texte (type Word) et d'un tableur (type Excel).

→ La formation se déroulant en classe virtuelle (FOAD), le stagiaire doit posséder une liaison Internet, un ordinateur, une webcam (intégrée ou non) et un micro (intégré ou non).

Objectifs pédagogiques

→ Acquérir une méthodologie permettant de mener à bien une action de diffusion dans ses dimensions stratégiques et opérationnelles

→ Savoir construire une présentation de projet artistique et un argumentaire de vente convaincants

→ Identifier et acquérir la bonne « posture » de chargé de diffusion/booker, dans ses dimensions stratégiques/réseau et opérationnelles

→ Identifier les actions fondamentales nécessaires pour développer et entretenir un réseau professionnel

Le programme

jour 1

- **Présentation / Préambule**
- **Cout de plateau / prix de vente**
- **Ciblage et qualification des contacts**
- **Préparer l'entretien**
- **Prise de contact**

Exercice pratique : la prise de contact sur un 1er appel téléphonique.
Jeu de rôle sur un entretien téléphonique : le formateur joue le rôle du programmeur et le stagiaire celui du chargé de diffusion. Travail sur la prise de contact et les 20 premiers mots, 20 premières secondes.

jour 2

- Exercice pratique** : La prise de contact sur un 1er appel téléphonique (suite)
- **Scénarios possibles et argumentation**

Exercice pratique : mise en situation sur la découverte des besoins du programmeur et son mode opératoire.
Jeu de rôle sur un entretien téléphonique : le formateur joue le rôle du programmeur et le stagiaire celui de chargé de diffusion. Le chargé de diffusion doit poser des questions pertinentes au programmeur pour mieux comprendre ses besoins, son projet artistique, sa manière de programmer et enchaîner sur une proposition.

- **Travail pour la prochaine session** : rédiger le pitch de son projet
-

jour 3

Exercice pratique : mise en situation sur le pitch / l'argumentaire.
Jeu de rôle : le formateur joue le rôle du programmeur et le stagiaire celui de chargé de diffusion qui déploie son argumentaire de vente.

jour 4

- **Traitement des objections**

Exercice pratique : mise en situation sur les objections.
Jeu de rôle : le formateur joue le rôle du programmeur qui fait part d'objections et le stagiaire celui de chargé de diffusion qui va devoir traiter celles-ci.

- **Travail pour la prochaine session** : lister les concessions et contreparties possibles en vue de la négociation.
-

Le programme ^(suite)

jour
5

→ **Techniques de négociation**

Exercice pratique sur la négociation : jeu de rôle sur un entretien téléphonique. Le formateur joue le rôle du programmeur et le stagiaire celui de chargé de diffusion. Le programmeur cherche à négocier le prix du spectacle proposé et le chargé de diffusion doit défendre son offre.

→ **Prise de congés**

→ **Simulations d'entretiens (enregistrés) de vente complets**

Jeu de rôle sur un entretien téléphonique : le formateur joue le rôle du programmeur et le stagiaire celui de chargé de diffusion. Toutes les étapes du processus de vente sont reprises pour aboutir à l'accord de vente : prise de contact téléphonique, présentation du projet, relance, négociation, accord et prise de congé.

jour
6

→ **Simulation d'entretiens de vente complets (suite)**

jour
7

→ **Visionnage des enregistrements des simulations d'entretiens de vente.**

Analyse, commentaires du formateur. Echanges.

→ **Temps d'échange sur les questions et problématiques restant en suspens**

Modalités pédagogiques

Techniques pédagogiques

→ **Exposés / cours théoriques**

→ **Exercices**

Des exercices de mise en pratique sont régulièrement proposés à l'issue de la présentation théorique des notions abordées, notamment des jeux de rôle plaçant les stagiaires en situation professionnelle.

→ **Mise en situation réelle**

Lors des entretiens de vente complets enregistrés des jours 5 et 6.

→ **Entretien avec des professionnels**

Des échanges sont menés régulièrement avec le formateur, professionnel expérimenté en activité.

→ **Débat, discussion**

Supports de travail

→ Modèles de contrat, documents professionnels partagés via la plateforme zoom.us

Évaluation

L'évaluation est continue tout au long de la formation, notamment via les exercices pratiques et les mises en situation.

Evaluation en fin de formation

Elle s'effectue lors des jours 5 et 6, au cours de la mise en situation réelle (entretiens de vente complets). Le formateur évalue l'acquisition des objectifs pour chaque stagiaire à l'aide d'une grille d'évaluation dont les critères ont été déterminés en amont par le formateur et le responsable pédagogique.

Des bilans et synthèses personnalisés sont effectués par le formateur.

Modalités pédagogiques (suite)

Moyens techniques

- Classe virtuelle mise en place à l'aide de la plateforme zoom.us.
- En amont de la formation : une assistance individualisée d'une durée d'une heure sera apportée à chaque stagiaire pour installation et formation à la plateforme Zoom.
- Tout au long de la formation en classe virtuelle, l'assistance est synchrone avec partage d'écran, partage de tableau blanc commun à tous, et caméra avec le son en permanence. Tous les stagiaires sont visibles en vignette ainsi que le formateur, même pendant les partages d'écrans.
- Un numéro de téléphone portable et une adresse mail, hotlines administratives et techniques accessibles tout au long de la formation aux stagiaires, seront communiqués en début de formation.
- Dossiers partagés sur un extranet où chaque participant possède son propre espace (dossier pour les documents communs à tous les stagiaires, dossier nominatif pour le partage des travaux avec le formateur, dossier pour les documents administratifs).

Inscription

Sur notre site internet : escalesbuissonnieres.fr