

Évaluer l'efficacité et l'impact des actions de communication de son projet artistique

**Du lundi 12 au
mardi 13 avril 2027**

- Durée : 2 jours - 12h
- Horaires : 10h-13h/14h-17h
- Tarifs : 480 € HT (576 € TTC)

Tarif applicable pour une prise en charge par un organisme financeur (AFDAS, France Travail...). Dans le cas d'un financement personnel, nous contacter.

- Lieu : Mixt - 49 rue du Coudray
44000 NANTES

PUBLIC

Artiste professionnel ou en voie de professionnalisation du spectacle vivant.

PRÉREQUIS

Avoir déjà utilisé des canaux de communication (site internet, réseaux sociaux..) pour présenter son projet artistique

PRÉAMBULE

Cette formation vise à permettre aux artistes professionnels ou en voie de professionnalisation du spectacle vivant d'analyser et d'optimiser l'impact de leurs actions de communication. Les participants apprendront à maîtriser les réseaux sociaux, à décoder les algorithmes, à créer du contenu pertinent et à planifier leurs actions de communication de manière efficace.

OBJECTIFS

- **Analyser en continu l'impact et l'efficacité des différentes actions de communication** mises en place dans le cadre de la campagne, en s'appuyant notamment sur l'exploitation d'outils d'analyse web, afin de déterminer les mesures correctives à mettre en œuvre en cas d'inefficacité.
- **Réaliser le bilan du plan de communication mis en œuvre**, en repérant les facteurs de succès à capitaliser et les marges de progrès, afin d'identifier les améliorations profitables à de futures campagnes.

PROGRAMME

Jour 1 - Maîtrise des réseaux sociaux et des algorithmes

- Comprendre le fonctionnement des principaux réseaux : Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn.
- Décoder les algorithmes : facteurs clés, signaux d'engagement, durée de visionnage, récurrence.
- Définir la bonne fréquence de publication selon chaque plateforme.
- Choisir les formats adaptés (photo, vidéo, *Reels*, *Stories*, *Shorts*).
- Utiliser efficacement les fonctionnalités natives (musique, trends, collaborations, hashtags, géolocalisation).
- Comprendre les limites, risques et biais des plateformes (saturation, baisse de portée, évolutions permanentes).

Construire une stratégie de communication digitale adaptée au secteur culturel

- Définir les objectifs : audience, visibilité, engagement, billetterie, fidélisation.
- Identifier ses personas : typologies de publics culturels, comportements en ligne, attentes.
- Élaborer un message clair et cohérent : ton, identité, storytelling culturel.
- Hiérarchiser les priorités selon les ressources (temps, équipe, budget).
- Articuler une stratégie globale : réseaux sociaux, e-mailings, partenariats, influence, relations presse.
- Définir des KPI pertinents pour le secteur culturel (conversion billetterie, taux de remplissage, notoriété locale).

Évaluer l'efficacité et l'impact des actions de communication de son projet artistique

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Exercices pratiques : Évaluation de la capacité à collecter et exploiter les données de campagne et à utiliser les outils web *analytics*.

Mise en situation : Évaluation de la capacité à analyser l'efficacité et l'impact des actions, à identifier les facteurs de succès et les axes d'amélioration, et à élaborer un plan d'action correctif et des recommandations.

Débriefs et échanges collectifs : Évaluation de la compréhension et de la capacité à synthétiser et interpréter les données.

MÉTHODES MOBILISÉES

Ateliers pratiques et exercices.

Analyses collectives et individuelles.

Études de cas et mises en situation.

ACCESSIBILITÉ

Nos formations ont lieu dans des locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite. Nous sommes à l'écoute de toute demande spécifique en cas de situation de handicap, afin de faciliter votre participation à notre formation. Vous pouvez contacter notre référente handicap à l'adresse suivante : magalie.meriau@mixt.fr

PROGRAMME (suite)

Jour 2 - Création de contenu : méthodologie et bonnes pratiques

- Apprendre à concevoir un contenu pertinent pour un lieu culturel, un événement ou un artiste.
- Filmer efficacement avec smartphone ou matériel léger : cadrage, lumière, son.
- Techniques de montage rapide pour réseaux sociaux : rythme, *hooks*, sous-titres.
- Travailler son identité visuelle : cohérence esthétique, templates, couleurs, typographies.
- Développer une narration adaptée : avant-pendant-après événement, coulisses, témoignages, focus artistes.
- Optimiser chaque contenu selon la plateforme cible.

Organisation, planification et veille

- Construire un calendrier éditorial réaliste pour une structure culturelle.
- Planifier ses contenus via des outils (Meta Business Suite, Creator Studio, Notion, Later, Buffer).
- Identifier les tendances culturelles et social-média pertinentes.
- Anticiper les contenus « *evergreen* » et les temps forts (programmation, billetterie, annonces, festivals).
- Méthodologie d'organisation : *workflow*, rétroplanning, gestion du stress en période de pics d'activité.
- Mettre en place une veille efficace : concurrents, artistes, lieux culturels, innovations réseaux sociaux.

INTERVENANT

Solopreneur avec plus de 15 ans d'expérience en communication et stratégie social media, **François Montupet** accompagne des projets culturels et créatifs à forte identité. Il pilote la stratégie digitale de Flibustier Paris depuis 2016 et accompagne le Festival de la Corde Raide dans sa transformation pour 2026. Ancien directeur de la communication du Ferrailleur à Nantes, il met aujourd'hui son expertise au service de marques et d'artistes, tout en intervenant comme formateur en communication et réseaux sociaux.

MODALITÉS D'INSCRIPTION & DE FINANCEMENT

Afin de vous inscrire à cette formation, merci de remplir le formulaire de demande d'inscription. Une réponse à votre demande d'inscription vous sera apportée dans les 48h suivant la réception de votre dossier.

✦ **Inscription : Télécharger [ICI](#) la demande d'inscription**

! **Votre demande d'inscription doit être finalisée :**

1 mois avant le début de la formation dans le cas d'une prise en charge par un organisme financeur (AFDAS, Uniformation, France Travail, employeurs..)

8 jours avant le début de la formation dans le cas d'une prise en charge personnelle

✦ **Financement : Retrouver [ICI](#) l'ensemble des modalités de financement**