PROGRAMME DE FORMATION

ATELIER MASTERCAST | 35 HEURES | 5 JOURS EN PRÉSENTIEL

Concevoir et déployer sa communication digitale à partir de contenus audiovisuels professionnels

Certification préparée : RS7687 – Concevoir et déployer une stratégie de communication digitale

Certificateur : DGTAL Consulting

Durée : 35 heures, réparties sur cinq journées de 7 heures.

Public visé et prérequis

Comédiens, artistes-interprètes, intermittents du spectacle et professionnels des secteurs artistique et audiovisuel souhaitant développer leur visibilité et valoriser leur activité grâce à une communication digitale structurée.

Prérequis : être en charge ou amené à être en charge de la communication digitale de son activité. Selon le retour communiqué par le certificateur à AMC, les intermittents du spectacle peuvent être assimilés au public des TPE/PME visé par la certification. Un positionnement préalable permet de vérifier les besoins et le projet de chaque candidat.

Présentation et approche pédagogique

Le travail des scènes constitue le fil rouge de la formation. Chaque journée comprend des ateliers d'interprétation, de direction d'acteur et de travail face caméra, encadrés par des professionnels du secteur : réalisateurs, directeurs de casting, coachs et comédiens.

Les scènes sont préparées, interprétées, tournées, visionnées et décryptées au fil de la semaine. Elles constituent la matière première des supports de communication digitale : extraits vidéo, publications, visuels et contenus de présentation professionnelle.

Les participants travaillent dans un environnement de tournage professionnel comprenant un cadreur, des équipements d'éclairage et de prise de son, ainsi qu'un écran de visionnage pour l'analyse des prises et les retours individualisés.

À l'issue de la semaine, chaque participant dispose de contenus audiovisuels exploitables et d'une stratégie de communication structurée pour les valoriser auprès de ses publics et interlocuteurs professionnels.

Objectifs pédagogiques

- Positionner son activité, son offre et ses publics cibles.
- Concevoir une stratégie de communication digitale adaptée à ses objectifs.
- Élaborer un planning de diffusion cohérent.
- Créer des contenus visuels, textuels et audiovisuels adaptés à sa cible et à la réglementation.
- Suivre les performances et ajuster les actions de communication.
- Gérer sa réputation et son image professionnelle en ligne.

Modules pédagogiques – 35 heures

MODULE 1 — 5 H — Positionner son activité et définir ses objectifs de communication

Compétence visée : C1

- Identifier son activité, son offre et ses spécificités professionnelles.
- Analyser son environnement, ses publics cibles et les pratiques du secteur.
- Définir ses points de différenciation, son positionnement et ses messages.

Application pratique : Diagnostic de communication et sélection des scènes cohérentes avec le positionnement.

MODULE 2 — 5 H — Concevoir sa stratégie de communication digitale

Compétence visée : C2

- Définir des objectifs précis et mesurables.
- Sélectionner les canaux adaptés : site, réseaux sociaux, plateformes professionnelles, emailing.
- Choisir les formats : scènes filmées, bandes démo, extraits, vidéos courtes, publications.
- Établir une ligne éditoriale et identifier les ressources nécessaires.

Application pratique : Stratégie personnalisée construite autour des contenus travaillés pendant le stage.

MODULE 3 — 4 H — Organiser et planifier la diffusion des contenus

Compétence visée : C3

- Définir les supports, les fréquences et les temps forts de publication.
- Élaborer un calendrier éditorial et organiser les étapes de production et de validation.
- Adapter les formats et programmer la diffusion selon les canaux.

Application pratique : Calendrier de diffusion des scènes et contenus réalisés pendant le stage.

MODULE 4 — 13 H — Créer des contenus audiovisuels, visuels ou textuels

Compétence visée : C4

- Préparer les scènes, travailler l'interprétation et les intentions avec les intervenants.
- Réaliser les prises de vues avec cadreur, éclairage et prise de son.
- Visionner, décrypter et sélectionner les séquences pertinentes.
- Adapter les formats et découvrir les principes du montage.
- Rédiger les textes d'accompagnement et concevoir des supports visuels.
- Respecter le droit à l'image, les droits d'auteur, la protection des données et les principes d'accessibilité.

Application pratique : Scènes tournées et sélectionnées, extraits préparés pour la diffusion, supports visuels et textuels.

MODULE 5 — 4 H — Mesurer et optimiser les performances

Compétence visée : C5

- Identifier les indicateurs de visibilité, d'engagement et de conversion.
- Utiliser les statistiques des plateformes et construire un tableau de bord.
- Analyser des résultats et ajuster messages, formats et calendrier.

Application pratique : Tableau de suivi et analyse d'une campagne sur la base de données fournies.

MODULE 6 — 4 H — Gérer son image et sa réputation professionnelle

Compétence visée : C6

- Identifier les risques et enjeux de l'e-réputation.
- Mettre en place une veille et suivre les mentions de son activité.
- Gérer les interactions, commentaires et critiques.
- Définir les bonnes pratiques de protection de l'image professionnelle.

Application pratique : Analyse de situations et protocole de gestion de réputation en ligne.

Organisation de la semaine

Les six modules ne correspondent pas à six journées distinctes : ils sont articulés sur cinq journées de 7 heures. Le travail des scènes intervient quotidiennement, en alternance avec les apports et exercices de communication digitale. Les séquences sont préparées dès le début du stage, travaillées et tournées progressivement, puis exploitées et finalisées en fin de parcours.

Méthodes et moyens pédagogiques

Apports méthodologiques, études de cas, démonstrations, exercices pratiques, travail individuel et collectif, mises en situation, tournages, visionnages commentés et accompagnement personnalisé. Moyens : cadreur professionnel, caméra, éclairage, prise de son, écran de visionnage, outils numériques de création et de diffusion.

Évaluation et livrables

Évaluation formative : positionnement initial, exercices pratiques, productions individuelles, retours des intervenants et présentation d'un projet de communication. Livrables : positionnement, stratégie, calendrier éditorial, contenus audiovisuels exploitables, supports visuels et textuels, tableau de suivi et protocole de gestion de l'e-réputation.

Certification RS7687 : étude de cas professionnelle réelle ou fictive transmise en amont par le certificateur, soutenance orale devant jury avec support de présentation, puis échange avec les membres du jury. Les modalités opérationnelles et la durée de l'épreuve certificative sont à confirmer avec le certificateur ; elles ne sont pas incluses d'office dans les 35 heures.