

FICHE FORMATION

Communication sur les réseaux sociaux pour les artistes

De la stratégie à la mise en pratique : méthodes et techniques pour développer sa visibilité

Mise à jour : 28/05/2026

→ ORGANISATION

Durée totale : 40 heures (5 jours consécutifs de 8h)

Modalité : Présentiel

Horaires : 9h00–13h00 / 14h00–18h00 (avec une heure de pause déjeuner)

Lieu : Salle de pratique adaptée au travail numérique et scénique — Paris 5e

Effectif : Petit groupe permettant un accompagnement individualisé et des retours personnalisés.

Dates de la prochaine session : du lundi 28 septembre au vendredi 2 octobre 2026

Ce calendrier est susceptible d'être modifié.

→ PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Cette formation accompagne les artistes dans la construction d'une **communication professionnelle et cohérente sur les réseaux sociaux**. Elle permet à chaque participant de clarifier son image, de définir son objectif, de choisir un angle éditorial, de comprendre les codes des principales plateformes, de produire des contenus vidéo avec des moyens simples et de construire un plan de communication réaliste et durable.

La formation alterne stratégie, technique, tournage, montage, rédaction, analyse des réseaux et utilisation raisonnée de l'intelligence artificielle. Elle vise à aider les artistes à développer leur visibilité sans se dénaturer, en s'appuyant sur leur singularité, leur univers artistique et leurs objectifs professionnels.

Portée par une équipe pédagogique alliant expertise en stratégie de contenu et savoir-faire audiovisuel, la formation vise à outiller concrètement chaque artiste pour qu'il puisse communiquer avec justesse, régularité et efficacité.

→ PUBLIC VISÉ

Cette formation s'adresse à :

- comédiens et comédiennes ;
- chanteurs et chanteuses ;
- danseurs et danseuses ;
- musiciens et musiciennes ;
- auteurs, metteurs en scène, réalisateurs ;
- artistes pluridisciplinaires et performeurs ;
- intermittents du spectacle ;
- porteurs de projets artistiques souhaitant développer leur image et leur visibilité en ligne.

➔ PRÉREQUIS

- Aucun prérequis technique avancé n'est exigé.
- Disposer d'un smartphone.
- Avoir accès à ses comptes de réseaux sociaux ou être prêt à en créer.
- Venir avec des éléments de son univers artistique : photos, vidéos, bande démo, affiches, extraits, textes, visuels, projets en cours.
- Être prêt à travailler son image et sa communication devant le groupe.
- Être disponible pour une pratique intensive sur 5 jours.

➔ OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES GÉNÉRAUX

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- identifier les éléments constitutifs de son image artistique ;
- définir un objectif de communication clair et adapté à son activité ;
- choisir un angle éditorial cohérent avec son profil et son public ;
- sélectionner les plateformes pertinentes selon ses objectifs et ses contenus ;
- maîtriser les bases techniques de la prise de vue et du son pour les réseaux sociaux ;
- tourner et monter un contenu vidéo simple et exploitable ;
- rédiger des textes de publication adaptés aux différentes plateformes ;
- utiliser l'intelligence artificielle comme outil d'aide à la rédaction et à l'idéation ;
- construire un planning éditorial et un plan de communication personnalisé.

➔ COMPÉTENCES OPÉRATIONNELLES VISÉES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- produire et publier des contenus vidéo adaptés aux codes des réseaux sociaux ;
- articuler image artistique, stratégie éditoriale et formats de publication ;
- organiser et optimiser sa présence sur les plateformes sociales ;
- construire et tenir un plan de communication réaliste et régulier ;
- analyser ses contenus et améliorer sa stratégie de communication ;
- utiliser des outils numériques accessibles (CapCut, InShot, IA) pour créer et diffuser ses contenus.

➔ CONTENU DE LA FORMATION

JOUR	THÈME PRINCIPAL	CONTENU
Jour 1	Stratégie, objectif et angle éditorial	Tour de table et diagnostic de présence en ligne. Présentation des plateformes (Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn, Facebook). Définition d'un objectif de communication. Choix d'un angle éditorial. Analyse des comptes existants. Introduction aux questions juridiques (droit à l'image, musique, droits des tiers).
Jour 2	Technique image, tournage et organisation des comptes	Les bases de la prise de vue avec des moyens simples (smartphone, lumière, son, cadrage). Travail sur la présence à l'image. Essai pratique individuel. Architecture et organisation des comptes. Formats de publication (reel, story, short, direct, vidéo longue, carrousel). Introduction aux outils de création (CapCut, InShot).

Jour 3	Pitch, image artistique et tournage accompagné	Travail sur le pitch artistique et la bio de réseau social. Cohérence de l'image et stratégie de contenu. Tournage individuel accompagné : vidéo de présentation, teaser, story, reel, prise de parole.
Jour 4	Montage, rédactionnel et plan de communication	Initiation ou approfondissement du montage (CapCut, InShot, sous-titrage). Finalisation d'un contenu court. Travail rédactionnel : légendes, accroches, hashtags, appel à l'action. Déclinaisons de contenu. Construction d'un plan de communication personnalisé.
Jour 5	Présentation, analyse et intelligence artificielle	Présentation de la stratégie et des contenus produits. Analyse et retours individualisés. Améliorations. Utilisation de l'IA comme outil d'aide à la rédaction, à l'idéation et à la déclinaison de contenus. Finalisation du plan d'action.

➔ MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

La formation repose sur une pédagogie active, concrète et individualisée, partant des projets réels des stagiaires afin que chacun puisse produire des contenus immédiatement exploitables. Elle alterne :

- apports théoriques et études de cas ;
- démonstrations techniques ;
- exercices individuels et collectifs ;
- tournages pratiques accompagnés ;
- montage guidé ;
- mises en situation face caméra ;
- retours personnalisés ;
- construction progressive d'un plan de communication ;
- utilisation guidée d'outils numériques et d'intelligence artificielle.

➔ MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

Moyens pédagogiques

- Travail à partir des projets artistiques réels des stagiaires ;
- exercices techniques et mises en situation ;
- accompagnement pédagogique individualisé ;
- supports d'évaluation ;
- questionnaires de satisfaction.

Moyens techniques

- Salle équipée (vidéoprojecteur ou écran, connexion internet, tableau) ;
- smartphones des participants ;
- trépieds, micros-cravates et lumière LED si nécessaire ;
- applications de montage (CapCut, InShot) ;
- outils d'intelligence artificielle accessibles aux participants ;
- feuilles d'émargement ;
- documents administratifs et pédagogiques.

➔ ÉQUIPE PÉDAGOGIQUE

Arthur Hennes — Stratégie, plateformes et analyse de contenus

Acteur, auteur et créateur de contenus, Arthur Hennes est le concepteur et présentateur de l'émission "*Théorie du Bonheur*" sur YouTube, avec plus de 1,5 million d'abonnés cumulés sur YouTube, TikTok, Instagram et Facebook. Diplômé de l'INP Grenoble (Master en ingénierie) et de HEC Paris (MBA — Dean's List, Leadership Award), il intervient régulièrement à HEC sur les thématiques de communication et de création de contenu.

Il accompagne les participants sur la stratégie de communication, la définition d'un objectif et d'un angle éditorial, les logiques d'audience, les formats de publication, l'analyse de contenus et l'utilisation de l'intelligence artificielle.

Intervenant-e complémentaire — Image, tournage et montage

Un-e intervenant-e spécialisé-e en réalisation et création audiovisuelle accompagne les participants sur la technique image, le cadrage, la lumière, le son, la présence face caméra et le montage des contenus.

➔ MODALITÉS D'ÉVALUATION DES ACQUIS

Avant la formation

- Recueil des attentes et des besoins des stagiaires ;
- identification du niveau d'expérience, des objectifs individuels et des comptes existants.

Pendant la formation

- Observation continue en situation de production ;
- évaluation formative à travers les exercices et les tournages ;
- retours individualisés des intervenants.

En fin de formation

- Présentation individuelle de la stratégie et des contenus produits devant le groupe ;
- bilan oral des acquis ;
- autoévaluation du stagiaire ;
- évaluation des acquis au regard des objectifs pédagogiques visés.

➔ MODALITÉS DE SUIVI DE L'EXÉCUTION

- Feuilles d'émargement par demi-journée ;
- suivi de présence ;
- certificat de réalisation ;
- questionnaire de satisfaction à chaud.

➔ ORGANISATION ET COÛT PÉDAGOGIQUE

La formation de 40h : 1 600,00 €

Prises en charge possibles : Afdas, France Travail. Non éligible au CPF.

➔ MODALITÉS D'ACCÈS

- Inscription sur dossier ou après échange préalable ;
- admission dans la limite des places disponibles ;
- pour les demandes de prise en charge Afdas ou France Travail, il est recommandé d'anticiper les démarches : dépôt possible au plus tôt 4 mois avant le début de la formation et idéalement au plus tard 1 mois avant la session ;
- envoi des documents administratifs et de la convocation avant l'entrée en formation.

➔ ACCESSIBILITÉ

Pour toute question relative à l'accessibilité de nos formations aux personnes en situation de handicap, merci de bien vouloir contacter notre référente handicap, **Sophie Chaillou**.

➔ POUR TOUTE INFORMATION / CONTACTS



■ ■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée
au titre de la catégorie d'action
suivante : **ACTIONS DE FORMATION**

Comme Une Plume est un organisme de formation spécialisé dans le spectacle vivant, et notre mission est de vous offrir une formation de qualité répondant à vos besoins professionnels.

- Direction pédagogique : Isabelle Guénézan : 06.98.14.20.20
- Référente handicap / administratif : Sophie Chaillou 06.63.70.30.15