Une ressource publiée sur tmnlab.com

[Groupe Médiations numérique] Projet Unlock Theatre : retour sur le premier atelier d'un cycle de cinq rendez-vous

Posted on 6 novembre 2024 by Nathalie Dalmasso

Le living lab Unlock Théâtre, porté par le groupe Médiations numériques et financé par l'appel à projet Service Numérique Innovant 2024, a démarré le 19 septembre 2024 en visio après une séance d'amorçage en juin accueillie en présentiel par l'un des partenaires du projet, Artcena.

Le projet Unlock Theatre vise à concevoir une approche de la médiation de la sortie au théâtre sur Instagram, auprès d'un public trentenaire, avec une équipe de professionnel.les de la relation avec les publics de 7 institutions culturelles, aguerrie au terrain et souhaitant explorer la transformation de leurs usages dans les environnements numériques.

L'atelier du 19 septembre

Lors du premier atelier de travail en commun, il s'agissait de se pencher sur :

- l'étude des cibles potentielles du dispositif de médiation. Besoin, Attentes, Situations. (à partir de Personas)
- les Canaux de contact ("où" et "comment" sont-ils sur Instagram ?)
- les principaux irritants, leviers de motivation, leviers de médiation

Nous avons sollicité un apport d'expertises sur les usages d'Instagram. Trois membres de la communauté se sont prêtées au jeu :

- **Juliette Tissot-Vidal,** Responsable du numérique et de son développement de l'Opéra Comique
- **Maëlys Feunteun**, chargée de communication digitale de l'Opéra Comique
- **Imane Douch**, freelance en communication digitale

Le retour sensible

Pour partager avec la communauté TMNlab cette dynamique de travail collective, nous avons choisi de demander à un·e des participant·es de répondre à 3 questions à l'issue de chaque

atelier :

- qu'avez-vous appris ?
- qu'avez-vous envie de creuser ?
- à qui avez-vous envie de partager ?

Pour cette première, c'est Christine Champneuf de la Faïencerie qui prend la plume.

Ce qu'elle a appris

- Clarification des ≠ usages d'Instagram : feed VS stories, formats, identification, durée d'affichage, thème, usage des # à bien choisir…
- Objectifs d'Instagram : cibler des publics (pas encore trop clair comment), rentrer dans des tendances (#), chercher l'engagement
- Algorithme : aime l'interaction (like, partage, live, quiz, sondage…)
- Comportement pour chercher la viralité : interagir avec d'autres comptes / tout ce qui bouscule les codes / le ludique, décalé / immersion dans le quotidien du lieu (coulisses..) / engagement, interaction / régularité et temporalité
- Stats : limitées mais suffisantes / âges / géolocalisation / heure de connexion / H/F / abonné ou non
- Influenceurs et relais :
    - formes > contenus sur leur compte, marque blanche
    - Contre partie > rémunération, invitations…
    - Plus-value > changement d'adresse par rapport à la notre / accès à sa communauté / efficacité d'une parole extérieure qui peut dire mieux, autrement, et est plus crédible
- Résultats du travail des personnes :
    - Le bouche à oreille > c'est de tout temps le moyen le plus efficace. Comment le transcrire dans une relation via un réseau social ?
    - La dimension augmentée de la sortie au théâtre > convivialité, services (garderie, transport, restauration…), rencontres… tout ce qu'on fait tous plus ou moins, mais qui ne fait pas forcément partie de la perception des non-publics de la sortie au théâtre

Ce qu'elle a envie de creuser

- Quels types d'interactions sur Instagram sont possibles/souhaitables en fonction de la cible recherchée (30-40) et de l'objectif (la sortie au théâtre) ? Et peut-être, comment les détourner (moteur de l'humour, du décalage) ?
- Comment se laisser déposséder du message pour qu'il soit relayé ailleurs, plus largement et vers des cibles inconnues ?
- Comment « utiliser » nos publics pour en faire nos influenceurs complices

(“complice” c’est notre mot pour « ambassadeur” à la Faïencerie) et infiltrer leurs ≠ communautés numériques ?

A qui a-t-elle envie de partager (entendu comme « au-delà des partenaires du projet ou de la communauté TMNlab »)

- À l’équipe du théâtre, surtout au pôle public pour regarder nos pratiques personnelles
- À notre public, surtout à nos complices
- À quelques artistes pour les entendre réagir

Contribuer ?

Vous nous lisez et avez des ressources à nous partager ? Soyez généreux·se, partagez en commentaire !

Vous êtes participant·es vous aussi et vous avez retenu d’autres choses ? Complétez sans complexe en commentaire !