

Mettre en place sa billetterie et administrer ses ventes

Objectifs :

Mémoriser la réglementation et le cadre fiscal de la billetterie du spectacle vivant
Ordonner les données conformément au RGPD
Commercialiser son spectacle, utiliser les différents canaux de Vente et les outils du marketing
Identifier les différents mandats de vente
Définir une politique des publics inclusive
Décrire les étapes et les principaux modes de règlement à mettre en place sur un point de vente
Mettre en œuvre une gestion de projet informatique pour choisir son logiciel de billetterie et de CRM
Connaître la réglementation des débits de boissons et la gestion de stock d'une boutique
Gérer les litiges, optimiser la qualité de l'expérience de ses publics
Construire et interpréter les indicateurs clés (KPI)
Structurer les états comptables

Des modules opérationnels dédiés aux métiers de la billetterie et de l'accueil qui visent le développement des compétences digitales et commerciales. Une formation construite autour des problématiques rencontrées par ces personnels.

Programme détaillé :

Règlementation, législation et commercialisation d'une billetterie

L'histoire de la billetterie, du matériel à l'immatériel

Les fondements historiques

L'organisation de la Culture en France (acteurs publics et privés)

La réglementation des ERP

Les fondamentaux des règles de sécurité d'un établissement recevant du public (ERP)

Les obligations réglementaires concernant les publics en situation de handicap

La législation de la billetterie en France

Les fondamentaux de la législation de la billetterie en France

Les caractéristiques des supports matériel et immatériel (billet et pass)

Le contrôle d'accès et les fraudes

Les différents systèmes de contrôle d'accès
La technologie associée

La relation client et le RGPD

Le RGPD et le registre de données
Le cas des données sensibles et l'importance de la sécurisation des données

Rappel du cadre fiscal de la billetterie

Le cadre juridique et fiscal de la billetterie en France
Les taux de TVA et les différentes déclarations

Le marketing digital dans la culture

Présentation de la transformation digitale post Covid-19
Les nouveaux délais moyens de traitement

Les publics de la Culture

Cartographie des publics culturels et de leurs usages
Quelles actions pour quels publics

La vente additionnelle

La vente additionnelle et le yield management
Définir ses tarifs et sa grille tarifaire

Acquérir et convertir

L'importance de la mutualisation et de l'affiliation
Récapitulatif des bonnes pratiques

La gestion de projet SI

Présentation des fondamentaux des systèmes d'information
Piloter une stratégie d'accompagnement au changement
L'importance de déployer une politique environnementale du numérique

Les progiciels de billetterie

Présentation des spécificités d'un progiciel de billetterie Saas
Présentation des principaux logiciels de billetterie

Les outils de la relation client

Présentation des spécificités d'un progiciel de CRM
Présentation des principaux outils relationnels de la relation client

Les indicateurs de performances clés (KPI)

Les indicateurs du digital et la mesure du ROI
Mesurer la satisfaction son audience

Les points de vente clés : en ligne et sur site

- Les grandes étapes de la commercialisation
- Les modes de règlements, les procédures de caisse et de remboursement

Mettre en place un bar et/ou une boutique

- La réglementation en vigueur des débits de boissons
- Les caractéristiques des boutiques et la gestion des stocks

Paramétrer son logiciel de vente

- Les procédures de paramétrage
- Les recettes logiciels

Mettre en œuvre la politique des publics

- Le livret d'accueil et d'accessibilité
- Lutter contre le «no show»

La gestion des réclamations et des litiges

- Anticiper les problèmes et les situations de tension
- Les principales méthodes de gestion de litige

Les dispositifs de qualité

- Tous concernés par la ronde qualité
- Les différents labels et audits

La clôture de caisse

- Clôturer sa caisse dans une régie de recettes et dans le privé
- Les documents et les différentes déclarations comptables

Nombreux exercices et cas pratiques, individuels et collectifs, évaluations formatives à chaque étape clé de chaque séquence

Publics concernés : responsable de festival, programmateur de salle, responsable des ventes, responsable commercialisation, responsable billetterie, gestionnaire billetterie, administrateur des ventes, chargé.e de billetterie, agent de billetterie.

Prérequis : Avoir une première expérience de la billetterie.

Durée : 5 jour(s) soit 35 heures

Coût : 800.00 net (pas de tva sur les formations)

Fréquence : une à deux fois par an

Effectif : maximum de 16 stagiaires

Formateurs : Corinne LEFEBVRE, experte des problématiques de billetterie, de vente, de relation client et d'accueil des publics

Modalités d'évaluation : quizz, études de cas, mises en situation

Etude de satisfaction et d'impact : bilans à chaud et à froid

Attestation, certificat : Attestation d'assiduité

Modalités pédagogiques et moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéoprojections, documentation et supports papier

Ouvrage fourni avec la formation : //

Informations complémentaires : Cours enrichi sur plateforme ENT

Public en situation de handicap : Si vous êtes en situation de handicap et/ou que la formation nécessite des aménagements spécifiques, merci de le préciser dans le formulaire de préinscription dans la case concernée et/ou de vous manifester auprès de notre référent handicap par mail : formations@cnm.fr ou par téléphone au 01 83 75 26 00.

Financement : dispositif de financement : <https://cnm.fr/dispositifs-et-financement-de-la-formation/>

Délai d'accès : selon liste d'attente, prévoir minimum un mois si demande de financement. Clôture des inscriptions 7 jours avant la date d'ouverture de la formation

Page web de la formation :

Date de dernière mise à jour de cette page : 22/06/23