



Trois cas concrets

Voici trois situations abordées dans le cadre du groupe de codéveloppement numérique du Regroupement québécois de la danse (RQD).

★ Sujet n°1: Choisir sa stratégie numérique

Résumé de la situation initiale:

Depuis trois ans, je travaille sur un projet qui est un lieu de danse, de mouvements acrobatiques, avec une part d'ingénierie et d'art visuel. Mon objectif est de faire aboutir ce projet, de le mettre en marché et d'utiliser une stratégie numérique adéquate pour le faire.

Comment faire exister et voyager ce projet sur le Web et quelle plateforme utiliser? Dois-je créer une page, faire un journal de mon processus ou encore lancer un blogue interactif? Ai-je besoin d'une liste de contacts? Au final, je me questionne sur la meilleure stratégie numérique de découvrabilité à adopter.

Problématique formulée:

Pour la mise en valeur d'un projet de danse, quelle serait la meilleure stratégie de diffusion numérique à utiliser afin de faire découvrir ce projet et son processus sur le Web?

Stratégies proposées:

- Créer un site Web. Wordpress et WiX sont des plateformes simples d'utilisation pour concevoir un site Web. Il existe des canevas préconçus et adaptables au besoin.
- Identifier son public pour ne pas se lancer inutilement sur de multiples plateformes. Se poser la question: mon public cible utilise-t-il cette plateforme?
- Publier sur les réseaux sociaux pour faire connaître son projet et le relayer dans son réseau. Dans le présent cas, c'est Facebook qui a été identifié comme la plateforme à utiliser. Pour cela, il convient de:
 1. Se créer un profil Facebook.
 2. Se créer une page Facebook professionnelle.
 3. Créer du contenu comme des petites capsules vidéos, les publier sur sa page et les sponsoriser avec un budget limité. Il est également possible d'utiliser du contenu déjà existant (ex.: archives photos et vidéos).

4. Rejoindre des groupes réunissant des internautes potentiellement intéressés au projet et à l'organisation. C'est une manière de se faire connaître, d'élargir son réseau mais également d'avoir accès à des informations et des ressources utiles. Par exemple, *Les femmes de tête* est un groupe sur Facebook identifié comme pertinent dans le présent cas. Il réunit des femmes entrepreneures et des travailleuses autonomes qui partagent des ressources et échangent entre elles pour trouver des solutions.
 5. Faire appel à des ressources externes comme un développeur Web pour le site Internet et un gestionnaire de communauté pour gérer les réseaux sociaux.
-

★ Sujet n°2: Création d'un site Internet

Résumé de la situation initiale:

Je réfléchis depuis un bon moment à la possibilité d'avoir mon propre site Web. J'ai acheté un nom de domaine il y a plus d'un an mais je ne me suis pas encore lancé. Je me questionne sur la pertinence de le faire à ce stade-ci dans ma carrière.

J'aime l'idée d'avoir cet outil professionnel qui se transmet facilement et qui rassemble toute l'information, tels une carte d'affaires virtuelle ou un portfolio pouvant générer possiblement de nouvelles collaborations ou partenariats. En termes de conception, j'ai quelques connaissances ainsi que des contacts utiles.

Ce qui me préoccupe n'est donc pas tant le «pour qui» et le «comment», mais plutôt le «quoi» et le «pourquoi». Je me demande quelles informations méritent de figurer sur mon site Web, avec quelle ligne directrice et qu'ai-je à dire. En fait, quelle est mon identité artistique?

Problématique formulée:

Comment créer un site Internet qui correspond à mon identité et mon univers artistique? Quelles sont les informations pertinentes à y mettre? Comment créer un site Internet (graphisme)?

Stratégies proposées:

- Définir une identité artistique et graphique: définir ses missions-visions-valeurs.
- Définir l'objectif de son site: que souhaitez-vous? Un site pour promouvoir et valoriser votre travail, pour vendre des spectacles ou encore pour offrir des cours en ligne? En fonction de votre but, l'identité graphique et le message transmis ne seront pas les mêmes. Un site Internet est une vitrine, il est donc important qu'il y ait un discours clair et un objectif défini.

- Montrer son site Web et recueillir les commentaires afin de l'améliorer. Cela permet de voir si la navigation est facile et si l'on y retrouve toutes les informations pertinentes pour son public.

Conseils de l'expert:

Avant de se lancer dans la création d'un site Internet, il faut se poser les bonnes questions:

- **À quel prix?** Les coûts varient en fonction du design du site et des fonctionnalités recherchées. Cela peut aller d'une simple vitrine à une expérience immersive (intégration d'effets visuels et sonores, etc.). Il est conseillé de prendre en exemple un ou deux sites Internet, de demander des devis pour connaître les coûts et ensuite d'ajuster nos besoins en fonction de son budget.
- **Pour qui? À quoi doit servir ce site?** Nous sommes des artistes du mouvement, de la scène, de la rencontre. Est-ce que l'on a envie d'utiliser ce médium comme un lieu de création ou comme un véhicule où l'on peut rejoindre nos publics? Un site Web, c'est comme une affiche dans le métro ou une carte de visite.
- **Se créer un logo graphique:** Dans le cas d'une entreprise, le logo utilisé ne change pas et n'évolue que très rarement. Dans le cas d'un artiste ou interprète, il est possible de faire évoluer ces outils. On peut jouer sur son site selon son humeur et le voir comme un objet qui nous ressemble et qui s'adapte. Il est important de conserver cette créativité.
- **Faire appel à une ressource externe:** il est possible de réaliser soi-même son site Internet grâce aux outils cités ci-dessus. En revanche, pour le faire il est important de garder la notion de plaisir. Votre site Internet doit devenir un partenaire et non une obligation. Si tel est le cas, il est recommandé de faire appel à des développeurs Web ou des graphistes.

★ Sujet n°3: Empathie kinesthésique des cours de danse virtuels

Résumé de la situation initiale:

Les plateformes numériques telles que Zoom, Team ou encore Facebook Live connaissent leurs heures de gloire et les cours en ligne deviennent une nouvelle «normalité». J'aimerais saisir cette opportunité pour déployer «numériquement» mon enseignement et faire connaître celui-ci sur le marché international. Toutefois, j'ai peur que la qualité de mon enseignement en ligne diminue à cause des diverses contraintes liées à la distance.

Problématique formulée:

Comment arriver à faire ressentir des émotions et des sensations somatiques lors de cours virtuels? Comment aller chercher l'empathie kinesthésique et garder un contact avec nos élèves?

Stratégies proposées:

- Assister à des cours en ligne sur des pratiques somatiques et regarder ce que les enseignants font.
- Privilégier la qualité des exercices à la quantité.
- S'assurer d'avoir parlé à chacun des participants avant la classe.
- Atout pédagogique: possibilité d'utiliser beaucoup plus de visuels comme des images ou des vidéos pour illustrer ces propos. Exemple: une plume qui tombe au sol pour imaginer l'absorption.
- Envoyer aux apprenants des vidéos pour montrer le mouvement à réaliser et recevoir les commentaires. Exemples:
 - ◆ Faire des capsules introductives avant les cours, pour ensuite pousser plus loin la matière une fois en groupe.
 - ◆ Avoir des capsules pour le perfectionnement d'une partie du corps ou un mouvement en particulier et pouvoir référer au besoin.
- Demander des rétroactions sur les sensations perçues par les participants.
- Avoir des retours planifiés, un à un, avec l'enseignant.
- Permettre des temps d'introspection et de partage en groupe du vécu afin de sortir les gens de l'isolement.
- Éteindre la caméra et guider avec la voix afin d'amener différemment les gens en introspection.