



Guide du Présentateur

Comment présenter un groupe de musique/danse de BYU avec succès

Au moins 12 semaines avant la représentation

- Choisir et réserver une salle adéquate (de nombreuses salles sont déjà réservées des mois à l'avance); transmettre la fiche technique de BYU au personnel de la salle de spectacle
- Elaborer le budget du spectacle, y compris une estimation de toutes les dépenses anticipées, et des revenus escomptés (utiliser la feuille de Budget Spectacle ci-jointe)
- Choisir les membres du comité qui superviseront les étapes suivantes: vente, promotion, relations publiques, et accueil/hébergement
- Informer les membres de votre organisation et les habitants de votre ville du spectacle à venir
- Après réception, compléter et renvoyer à BYU le Contrat de Spectacle et le Questionnaire sur le Lieu du Spectacle
- Organiser un comité et répartir les tâches entre les membres:
 - V=Ventes Création des billets, distribution, vente aux groupes, télémarketing
 - P=Promotion Couverture par les médias, publicité, annonces
 - RP=Relations Publiques Huissiers, programmes du spectacle, VIP, relations médias
 - A=Accueil Repas pour le groupe de BYU, hébergement
- V Déterminer le prix des entrées et les méthodes de distribution (voir Conseils pour la Vente des Billets)
- V Décider si des réductions seront offertes pour les groupes, les billets vendus à l'avance, et les familles
- V Si vous le souhaitez, lancez une action de télémarketing
- P Prévoir de coller des affiches, de distribuer des prospectus et des dépliants (voir les Conseils pour la Promotion)
- P Décider si les annonces via les médias seront faites gratuitement ; si tel est le cas, préparer des dossiers de presse bien à l'avance et identifier les contacts clé des journaux, radios et chaînes télé
- P Eventuellement, acheter des espaces publicitaires à la radio et dans les journaux
- RP Décider si un programme doit être créé pour le public (voir les Conseils pour les Relations Publiques)
- RP Identifier les dirigeants locaux, les journalistes et les critiques à inviter au spectacle
- RP Prévoir des hôtes pour prendre les billets, distribuer les programmes, et des huissiers
- A Réfléchir à l'endroit et à la manière dont les repas seront fournis (voir les Conseils pour l'Accueil)
- A Organiser l'hébergement du groupe

6 semaines avant le spectacle

- V Organiser l'impression des billets; commencer la vente et la distribution des billets au public; créer des contacts pour la vente aux groupes
- P Préparer 4-5 communiqués de presse différents avec des photos diverses pour les journaux; terminer l'impression des affiches, prospectus et dépliants; faire des annonces sur les radios/TV
- RP Contacter la liste des VIP et les inviter au spectacle (envoyer les billets trois semaines à l'avance)

5 semaines avant le spectacle

- V Commencer la vente au guichet (si possible); continuer à travailler sur les tarifs de groupe
- P Faire paraître le premier communiqué de presse et une photo dans les journaux (annonces gratuites et payantes); coller les affiches en ville

4 semaines avant le spectacle

- V Récapituler le nombre de billets vendus
- P Faire paraître le deuxième communiqué avec une autre photo dans les journaux (annonces gratuites et payantes); envisager un entretien téléphonique avec le responsable du groupe de BYU ou un musicien/danseur dans le journal ou sur la radio locale.
- RP Obtenir par BYU les derniers renseignements sur le programme; imprimer les programmes
- A Organiser les familles d'accueil (ou l'hébergement à l'hôtel). Au moins deux personnes par foyer et dans des lits séparés
- A Organiser les repas du soir avant le spectacle, de préférence sur le lieu du spectacle (envisager de faire appel à un traiteur ou autre)

3 semaines avant le spectacle

- V Récapituler le nombre de billets vendus; dernier coup de collier pour la vente aux groupes
- P Faire paraître le troisième communiqué de presse et une autre photo dans les journaux (annonces gratuites et payantes); envisager des interviews avec les membres du groupe ou le directeur le jour de leur arrivée. Les annonces gratuites à la radio ou à la TV peuvent commencer
- RP Invitations par courrier électronique et billets supplémentaires aux VIP et aux critiques

2 semaines avant le spectacle

- V Récapituler les ventes totales et estimer s'il est nécessaire de faire davantage de promo et de pub; centraliser tous les billets pour le décompte
- P Faire paraître le dernier communiqué de presse et une autre photo dans les journaux (annonces gratuites et payantes); peut-être une dernière distribution de prospectus
- RP S'assurer que les huissiers et les hôtesse sont désignés; fixer une heure pour faire une réunion avec eux tôt dans la journée du spectacle
- A Faxer une liste des sites d'hébergement à la Direction des Spectacles de BYU (Performing Arts Management-PAM), ainsi que des informations sur le nombre de lits dans chaque foyer et autres renseignements utiles, pour pouvoir faire la répartition dans les chambres à l'avance

1 semaine avant le spectacle

- V Selon les ventes, décider si des réductions supplémentaires ou des tarifs promotionnels pour les groupes sont garantis afin de faire une bonne vente à l'avance; finaliser la préparation des billets pour la vente le soir même
- P Dernière chance pour organiser des interviews en personne ou par téléphone avec des journaux ou des radios/TV avant que le groupe n'arrive
- RP Confirmer les places des VIP et toutes autres places réservées; s'assurer que les programmes sont prêts à être distribués lors du spectacle; faire une orientation pour les huissiers et les hôtesse; envisager une introduction par un représentant des présentateurs avant le début du spectacle
- A S'assurer que tout est organisé pour le repas du groupe le jour du spectacle; transmettre aux familles d'accueil (ou à l'hôtel) l'emploi du temps du groupe; demander si un repas supplémentaire (panier-repas, par exemple) doit être fourni; s'assurer qu'un représentant des présentateurs accueillera le groupe à son arrivée

Après le spectacle

- Finaliser les détails de location et frais avec les responsables de la salle
- Envoyer la facture à la Direction des Spectacles (utiliser le Résumé Financier Final ci-joint), avec l'Evaluation du Spectacle, dans les 10 jours qui suivent le spectacle
- Leur envoyer aussi des copies des articles parus, des pubs et quelques programmes et billets

FICHE DE BUDGET SPECTACLE

AUDITORIUM			
Nombre de sièges:		Nombre de personnes prévues: <i>ne gonflez pas les chiffres, ne comptez pas les billets gratuits</i>	

DEPENSES ESTIMEES			
Catégorie	Description	Sous-Total	Total
Location de la salle	Coût de la location		
	Services supplémentaires		
Billets	Conception		
	Impression		
Publicité	Impression des affiches		
	Impression des prospectus		
	Création du dossier de presse		
	Impression des dépliants		
	Annonces payantes		
	Mailings		
	<i>Autres</i>		
Repas du groupe			
Frais liés au spectacle			
Total des Dépenses Estimées			

COUT DES BILLETS POUR RENTRER DANS VOS FRAIS	
Coût des billets pour rentrer dans vos frais <i>total des dépenses anticipées) nombre de personnes prévues</i>	<i>le prix des entrées doit égalier ou dépasser ce montant</i>

REVENU ESTIMÉ		
Nombre de billets vendus	Prix	Total
Revenu Total <i>doit égalier ou dépasser les dépenses totales</i>		

CONSEILS POUR LA VENTE DES BILLETS

Prix des BILLETS

Assurez-vous que le prix des billets est fixé de manière appropriée. Réunissez les fonds des sponsors (voir la fiche financière ci-jointe), évaluez le nombre de billets que vous escomptez vendre (sans gonfler les chiffres) et le nombre de personnes attendues (sans compter les billets gratuits). A partir de là, calculez le prix des billets pour rentrer dans vos frais (dépenses anticipées divisées par le nombre de personnes attendues). Puis, décidez du prix du billet, qui doit être au moins égal à ce montant, sinon supérieur afin de refléter le professionnalisme et la qualité du spectacle.

Déterminer un prix n'est pas une tâche facile. Vous devez faire attention à deux choses: les moyens de votre public et ses attentes. Dans certaines régions qui connaissent des difficultés économiques, vous devrez envisager un coût plus faible des billets, mais rappelez-vous aussi que le prix reflète la valeur du spectacle. Les groupes de BYU sont entraînés comme des professionnels (ils ont une formation universitaire sérieuse dans le domaine du spectacle) et leurs spectacles vaudront bien ceux de certaines vedettes qui sont passées dans votre région.

Réductions

Déterminez si des réductions seront offertes aux groupes, aux enfants, ou aux retraités. Par exemple, vous pouvez décider de vendre des billets à l'unité à un prix assez élevé, mais offrir des réductions aux couples, aux familles, et aux groupes. Vous pouvez ainsi encourager plus de gens à venir. Confirmez auprès de BYU votre décision sur le prix des billets, pour vous assurer que le groupe est d'accord.

Groupe/Famille

Si vous voulez faire un prix pour les groupes et les familles, en général la règle est de multiplier le prix d'un billet adulte normal par 3½.

A l'entrée

Il est bon d'envisager de faire payer les billets un peu plus cher quand ils sont achetés à l'entrée, ceci pour encourager l'achat en avance.

Vente des billets au public

Décidez de la manière dont les billets seront vendus au public. Envisagez de faire du porte à porte et des appels téléphoniques, ou la vente à un guichet ou chez distributeurs usuels. Les invitations personnelles sont toujours efficaces. Les commerces locaux (banques, centres commerciaux, boutiques, etc...) pourront aussi vous aider à distribuer des billets pour votre spectacle. Plus il est facile pour le public d'obtenir des billets, plus vos ventes seront importantes.

BILLETS supplémentaires

Réservez certains billets pour les ventes aux groupes et des billets supplémentaires pour les VIP et les médias, ainsi que pour les familles d'accueil éventuelles.

Calendrier

Fixez la date du début de la campagne publicitaire et les noms des participants. Quelle que soit la manière dont vous vendez les billets, les vendeurs devront faire un rapport régulier auprès d'un point central pour pouvoir calculer le nombre de billets vendus. Décidez maintenant des dates auxquelles ces rapports seront effectués. Il faut également fixer une date à laquelle tous les billets seront remis au point central pour la vente finale sur le lieu du spectacle.

Astuces Télémarketing

Si vous décidez de faire une campagne téléphonique, suivez les règles suivantes pour assurer votre succès: 1) Soyez courtois et téléphonez à un autre moment si la personne semble occupée; 2) Gardez un registre à jour des appels effectués et du moment où rappeler; 3) Gardez à l'esprit que votre but est de lancer une invitation personnelle et de faciliter l'obtention de billets; 4) Livrez les billets dès que possible pour finaliser la transaction; 5) N'appellez que les personnes qui

connaissent BYU et qui sembleraient intéressées par un divertissement familial de qualité.

Impression des Billets

Décidez du lieu d'impression des billets et des informations portées sur chaque billet. Consultez l'annuaire pour localiser l'imprimerie la plus proche. Fixez une date avec l'imprimeur. Si vous le désirez, BYU peut vous fournir des billets à prix modique. Vous pouvez en choisir la couleur, ils ne comporteront pas de numéro, et les dimensions en seront environ 10 cm de longueur x 4 cm de largeur. Si vous désirez vous en procurer, appelez la Direction des Spectacles de BYU au 00 1 800-432-3576.

Cibles de Ventes

Identifiez les groupes cibles pour la vente de billets (l'Eglise, les personnes âgées et les groupes de jeunes, les cours de théâtre, les écoles de danse, les groupes musicaux, le Rotary club, le Lions club, et autres associations caritatives, les associations de parents d'élèves, la Chambre de Commerce locale, les clubs et organisations universitaires et les entreprises). Demandez à des membres du comité de s'occuper de chacun de ces groupes.

Soyez conscients que certains membres de votre comité ou des gens de votre connaissance peuvent appartenir à ces organisations. Ils seront d'une grande aide pour accéder aux réunions de ces groupes afin de faire de la publicité.

Co-organisateur dans**la Ville**

Parfois il peut être avantageux d'inviter d'autres groupes pour vous aider à vendre les billets en levant des fonds ou en faisant une action de service. Ceci vous aidera à créer encore plus de contacts avec une audience potentielle. Le service culturel de la Mairie a sans doute une liste de noms importante, les oeuvres caritatives locales peuvent disposer de leurs propres médias et de contacts pour lever des fonds - si votre spectacle devient l'une de leurs sources de revenus, vous aurez un public plus large.

Vente de Billets en Salle

Si vous vendez des billets à l'entrée, renseignez-vous sur le règlement de la salle, et décidez de qui s'en chargera et de l'endroit où ces personnes seront postées.

CONSEILS POUR LA PROMOTION

Documents Fournis par BYU Un dossier de presse simple sera envoyé par BYU, suivi d'un autre dossier plus complet et à jour, à usage promotionnel. Vous recevrez des brochures, un plan de communiqué de presse, un résumé des activités du groupe, des photos promotionnelles en noir et blanc, une liste des spectacles réalisés, et d'autres informations sur le groupe que vous représentez. Familiarisez-vous avec ces informations pour pouvoir parler du groupe en toute connaissance de cause.

Création d'un Communiqué

de Presse

A l'aide du plan de BYU, créez plusieurs communiqués de presse à utiliser tout au long de la campagne, en adaptant les documents de BYU à vos propres objectifs et situation. Vous pouvez en varier la longueur, au cas où un journal ne peut pas utiliser un long article: vous aurez ainsi une version plus courte à disposition (les communiqués de presse peuvent avoir pour thème le groupe qui va se produire, BYU, les objectifs et raisons pour lesquelles vous voulez sponsoriser le spectacle, le directeur du groupe, etc...) BYU vous transmettra un communiqué de presse général, un communiqué sur le directeur artistique, un résumé des activités du groupe, une liste des spectacles, une brochure et un dépliant sur le groupe, et le dernier article sur le groupe paru dans la lettre d'information la plus récente de la Direction des Spectacles de BYU, "Encore".

En haut à droite de votre communiqué, écrivez la date à laquelle vous voulez qu'il paraisse. Par exemple: A PUBLIER le: 15 mars 2003.

Dossiers de Presse à Distribuer Préparez des dossiers de presse à distribuer à vos contacts médias. Ils inclueront vos communiqués de presse, les documents promotionnels du groupe, des informations sur l'organisateur, et les photos promotionnelles.

Journaux Locaux

Il serait sage de contacter votre journal local pour connaître ses exigences en ce qui concerne la soumission de communiqués de presse. Vous devrez tout d'abord vous renseigner sur le fonctionnement des annonces sur les services publics. Renseignez-vous aussi sur la personne qui fera paraître vos articles (probablement le rédacteur en chef de la rubrique "Divertissement"); faites connaissance en lui expliquant votre but en tant qu'organisateur et la nature du groupe qui va se produire. Arrangez-vous pour que l'événement soit couvert dans la rubrique "Divertissement/Sorties" la semaine du spectacle. Renseignez-vous sur les autres possibilités de soumission et leur coût (Remarque: cette visite peut être également l'occasion de demander au journal de couvrir le spectacle. Obtenez le nom du journaliste qui s'en chargerait et transmettez à la personne responsable des VIP pour qu'il lui envoie une invitation et des billets.)

Quand vous contacterez les journaux, ne négligez aucune publication, comme les lettres d'information des universités, des lycées et les journaux de quartier. Coordonnez votre action avec le calendrier.

Achat d'Espaces Publicitaires

Les journaux universitaires ou de quartier offrent souvent des tarifs publicitaires avantageux et la plupart des journaux vous aideront à concevoir votre annonce. Souvenez-vous qu'une annonce placée un ou deux jours avant le spectacle peut en rappeler au public la date et le lieu, et peut aider à vendre des billets au dernier moment. Mais faites également attention aux coûts excessifs liés à l'achat d'espaces publicitaires. Utilisez votre argent au mieux (assurez-vous que le coordinateur est au courant des dépenses prévues pour une bonne gestion du budget).

- Radio/TV** Décidez s'il est approprié de faire de la publicité à la radio ou à la télé. Le cas échéant, décidez des chaînes ou stations à contacter et de qui s'en chargera. Appelez les stations pour connaître l'endroit et le moment où vous devrez faire votre annonce (tous les groupes musicaux de BYU ont un enregistrement de leurs morceaux, que vous devrez faire parvenir aux radios; BYU peut également vous prêter une cassette vidéo si vous le désirez). Certains groupes de BYU disposent d'annonces radio pré-enregistrées.
- Affiches** BYU vous fera parvenir 30 grandes affiches, si elles existent pour le groupe que vous accueillez. Décidez de l'endroit où vous voulez les placer dans la ville. Etablissez une liste dès à présent. Pensez à des endroits où il y a beaucoup de passage, comme des quartiers commerçants, des écoles, la proximité de centres commerciaux, des parcs, des aires de loisir, des restaurants, et les points de vente des billets du spectacle. Si vous avez besoin de davantage d'affiches, vous pouvez les acheter auprès de BYU par l'université. Tous les renseignements nécessaires doivent figurer au bas de l'affiche ou bien un auto-collant comportant ces informations peut être ajouté.
- Prospectus** BYU vous fera parvenir plus de 10 prospectus, qui sont généralement des reproductions miniatures couleur de l'affiche, avec les renseignements imprimés au verso. Décidez de l'endroit où placer ces "miniposters" dans la ville. Etablissez une liste dès à présent. Ces prospectus sont efficaces là où il est difficile de placer des affiches. Ils sont également pratiques pour communiquer des infos sur le groupe (porte à porte, présentations sur le groupe, etc...). Envisagez de les déposer dans certaines entreprises soigneusement choisies. Les prospectus de BYU sont d'une telle qualité qu'il n'est pas approprié de les placer sur les pare-brise des voitures, comme des tracts. Si vous avez besoin de davantage de prospectus, ils peuvent être achetés auprès de BYU par l'université. Tous les renseignements nécessaires doivent figurer au bas du prospectus ou bien un auto-collant comportant ces informations peut être ajouté.
- Tracts** BYU peut vous faire parvenir pour la plupart des groupes une épreuve de tract en noir et blanc. C'est le moyen le moins cher d'assurer la promotion de l'événement. Décidez de l'endroit où vous voulez utiliser ces tracts. Etablissez une liste dès à présent. C'est l'outil idéal pour des mailings en masse, pour distribuer lors d'autres spectacles, dans la rue, ou dans les boîtes aux lettres. Si vous n'avez pas reçu cette épreuve, appelez la Direction des Spectacles de BYU au 001 800-432-3576 ou au 001 801-378-3576 pour en obtenir une.
- Autres** Décidez si d'autres documents promotionnels devraient être créés, tels que d'autres tracts, des affiches à mettre sur des tableaux d'affichage, ou des montages. BYU vous fournira plusieurs photos en noir et blanc pour vous aider.
- Interviews avec les Médias** Vous pourrez obtenir une interview sur une radio ou une chaîne de télé, particulièrement sur une radio ou une chaîne de télé publique. On peut généralement arranger une interview en direct avec le directeur artistique et/ou certains des danseurs/chanteurs le jour du spectacle et les groupes sont toujours disposés, quand l'emploi du temps le permet, à se produire à la télévision. Assurez-vous de prévenir bien à l'avance la Direction des Spectacles de BYU si une interview en direct a lieu, afin que ces éléments soient pris en compte lors de la planification de la tournée.

Entretiens Téléphoniques

Parfois il est utile de faire un entretien téléphonique quelques jours ou quelques semaines avant le jour du spectacle. Contactez la Direction des Spectacles de BYU pour arranger un entretien téléphonique avec le directeur artistique du groupe.

Annonces sur un Service Public

Rencontrez les directeurs des radios et télévision publiques pour faire passer des annonces. Souvent, ces professionnels peuvent vous aider à concevoir votre annonce. Toutefois, vous devrez prévoir à l'avance le genre de message que vous voulez faire passer.

CONSEILS POUR LES RELATIONS PUBLIQUES

- VIP** Identifiez les VIP qui devraient être invités au spectacle. Ce sont des personnalités en vue dont la présence à votre spectacle donnera un certain prestige et accordera de l'importance à votre rôle d'organisateur. Ces personnes peuvent inclure les élus locaux, régionaux ou nationaux, ainsi que d'autres chefs d'organismes importants et influents. La brochure de BYU peut être un excellent moyen de présenter le spectacle du groupe aux personnes invitées. Consultez le responsable de la vente de billets pour réserver des billets pour les VIP.
- Critiques de Spectacles** Les critiques de spectacles sont d'autres VIP potentiels. Voyez avec votre responsable de la promotion médias la possibilité d'inviter les journalistes qui écrivent régulièrement les critiques des spectacles de votre région. Dans le futur, vous pourrez ainsi obtenir plus de succès avec le groupe.
- Programmes du Spectacle** Décidez si vous voulez un programme du spectacle à distribuer au public (BYU vous fournira une liste des numéros ou morceaux exécutés). Le cas échéant, faites une maquette et choisissez l'imprimeur. Vérifiez auparavant avec la Direction des Spectacles de BYU pour vous assurer que le groupe n'amène pas ses propres programmes (ce qui arrive parfois). Pour réduire les dépenses, vous pouvez vendre un espace publicitaire sur le programme ou contacter les imprimeurs qui imprimeraient gratuitement contre mention de leur nom et de leur contribution sur le programme.
- Huissiers** Décidez si un service d'huissiers est nécessaire pour le spectacle et le cas échéant, quelle en sera l'organisation. Qui seront vos huissiers, combien seront-ils, pendant combien de temps? Préparez une réunion d'orientation, probablement le jour du spectacle, pour donner à chacun son rôle.
- Accueil** L'accueil du public aux portes de la salle est un élément important qu'il faut planifier. Décidez dès à présent des personnes qui prendront les billets aux portes, qui distribueront les programmes, qui conduiront les VIP à leurs places, ou qui orienteront le public de toute autre manière. Si vous le souhaitez, choisissez les personnes qui s'assiéront à côté des VIP et qui feront office d'hôtes pendant le spectacle.

CONSEILS POUR L'ACCUEIL

Logement

Si votre organisation comprend le logement du groupe de BYU, choisissez s'il est mieux pour vous de loger le groupe à l'hôtel ou chez l'habitant.

Familles d'accueil

Si vous optez pour la solution des familles d'accueil pour loger les membres du groupe, déterminez qui seront les familles et par quelles sources vous obtiendrez leurs noms. Rappelez-vous que BYU ne veut pas plus de deux personnes du même sexe dans le même foyer, et exige des lits séparés. Il est également très important que les foyers d'accueil soient situés près du lieu du spectacle. Ceci afin d'éviter un long trajet aux exécutants déjà fatigués après leur spectacle. Une liste de vos familles d'accueil, ainsi que le nombre de lits disponibles devra être faxée ou envoyée par la poste à BYU 2 ou 3 semaines avant le spectacle. BYU répartira ensuite les membres du groupe chez les familles et vous renverra la liste.

Hôtel

Si vous choisissez la solution de l'hôtel, déterminez lequel vous allez utiliser et effectuez les réservations le plus tôt possible. Nous préférons les chambres avec des lits jumeaux. Assurez-vous de prévenir BYU du nombre de lits et de chambres réservées, pour que nous puissions prévoir la répartition des membres du groupe à l'avance.

Repas

On demande généralement aux présentateurs d'organiser un repas pour le groupe le soir du spectacle. Ce repas devra être pris en groupe sur le lieu du spectacle ou dans les environs immédiats. Dès que possible, choisissez l'endroit où ce repas sera pris, et le menu. Pensez à réserver une salle éventuellement, et à toutes les étapes nécessaires pour commander un repas.

Il existe une solution commode pour organiser ce repas et faire en même temps de la bonne publicité: vous pouvez demander à un fast food local de nourrir le groupe, et en échange, vous pourrez le remercier publiquement pendant le spectacle ou faire de la publicité pour lui sur le programme.

La meilleure solution pour le repas est un buffet, où les membres du groupe peuvent choisir leur propre quantité de nourriture. Les ragoûts, salades, et autres plats chauds sont ce qu'il y a de mieux. Les groupes de BYU ne boivent pas d'alcool ni de thé ou de café. Il n'y a en général pas d'autres restrictions alimentaires; dans le cas contraire, la Direction des Spectacles de BYU vous en avertira le plus tôt possible.

Petit déjeuner

En général, quand les groupes de BYU dorment sur place, on demande aux présentateurs de prévoir un petit déjeuner le matin suivant. Si la solution des familles d'accueil est choisie, le petit déjeuner peut être très facilement servi dans les foyers. Dans le cas de l'hôtel, décidez où le groupe prendra son petit déjeuner, à quelle heure, et en quoi il va consister. Il n'a pas besoin d'être très copieux

Présence des Familles d'accueil au spectacle

C'est une erreur que de ne pas inviter les familles d'accueil à assister au spectacle. Si nécessaire, vous devez donner des billets gratuits à ces familles. Ainsi, ils peuvent mieux connaître nos étudiants à travers le spectacle, et mieux apprécier le fait d'avoir ces jeunes dans leur région et dans leur foyer.

EVALUATION DU SPECTACLE

*Aidez les futurs présentateurs en remplissant cette évaluation
et en la renvoyant avec votre paiement.*

Nom de l'évaluateur: _____ Date: _____

Groupe de BYU: _____ Organisateur: _____

AUDIENCE

Audience totale: _____ Capacité de la salle: _____

Indiquez la réaction de l'audience.

Enthousiaste 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 Pas impressionnée

Commentaires: _____

PROMOTION

Indiquez les moyens utilisés pour promouvoir le spectacle.

Affiches Dépliants Articles de journaux Publicité dans les journaux

Publicité à la TV Annonces TV gratuites

Radio Vente aux groupes Autre: _____

Si vous organisiez de nouveau un tel événement, que feriez-vous différemment? _____

De quelles manières la Direction des Spectacles de BYU aurait-elle pu mieux vous aider? _____

AUTRES COMMENTAIRES

RESUME FINANCIER FINAL

Groupe de BYU: _____

Lieu du spectacle: _____

Date du spectacle: _____

REVENU		
Nombre de billets vendus	Prix	Total
Revenus supplémentaires <i>donations, autre sources</i>		
Revenu total		

DEPENSES			
Catégorie	Description	Sous-Total	Total
Location de la salle	Coût de la location		
	Autres services		
Billets	Conception		
	Impression		
Publicité	Impression des affiches		
	Impression des dépliants		
	Création du dossier de presse		
	Impression des prospectus		
	Publicité payante		
	Mailings		
	<i>Autre</i>		
Repas de groupe			
Frais liés au spectacle			
Autre <i>Donnez le détail</i>			
Dépenses totales			
Paiement à BYU			

