



FORMATION

PROMOUVOIR ET DIFFUSER SON ACTUALITE MUSICALE

*Stratégie de communication,
médias, réseaux, webmarketing et
plateforme de streaming*
Cursus Entreprendre dans la Musique

CO-ORGANISÉE AVEC LE PÔLE INFO MUSIQUE



Mise à jour en octobre 2021

AMI - Aide aux Musiques Innovatrices

Friche La Belle de Mai - 41 rue Jobin - 13003 Marseille

SIRET : 378 792 592 00032 - Déclaration d'activité n° 93 13 16157 13

FORMATION : DÉVELOPPER LA VISIBILITÉ DE SON PROJET SUR LE WEB



PUBLIC

Cette formation s'adresse à des artistes musiciens et des opérateurs des musiques actuelles.

PRÉ-REQUIS

Il n'y a pas de niveau minimum pré-requis pour suivre cette formation.

INTERVENANT

Charlotte Le Gal

Gérante d'une agence de communication et marketing digitale spécialisée dans l'industrie musicale. Forte de 15 ans d'expérience, elle compte parmi ses clients : Univer-sal Music, Warner Music, TF1, France Télévision...

ÉVALUATION DE LA FORMATION

La formation sera suivie d'une évaluation sous forme d'un questionnaire rempli par les participants portant sur le déroulement de l'action afin de mesurer la satisfaction globale sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et les supports utilisés.

SANCTION DE LA FORMATION

La formation sera sanctionnée par la remise d'une attestation individuelle de formation, mentionnant les objectifs, la nature et la durée de la formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Décliner sa stratégie de communication vers le digital
- Gestion & optimisation de sa visibilité sur les réseaux sociaux
- Maîtriser la création de contenu

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :

- Décliner la stratégie de communication globale vers le digital
- Travailler un rétro-planning sur une année
- Les outils de gestion de projet
- Comprendre et apprivoiser l'environnement du digital
- Gérer les profils sur les réseaux sociaux
- Préparer du contenu adapter aux réseaux
- Anticiper une sortie digitale

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche pédagogique :

- Participative
- Prenant appui sur les projets réels des stagiaires

Méthodologie :

- Réflexion stratégique associée à un outillage pratique
- Alternance de contenus à transmettre et d'exercices pratiques ou temps de questionnement collectifs

Techniques d'animation :

- Brainstormings collectifs
- Réflexion collective autour du projet des stagiaires
- Appui sur support papier récapitulatif



- 1 journée
- 7 heures

CONTENU DE LA FORMATION



Introduction

Comment rendre visible son projet sur le web ? Les clés pour comprendre et maîtriser sa présence en ligne.

I. Stratégie de communication digitale

- Les objectifs d'une présence digitale
- La charte graphique / moodboard du projet (digital)
- Evaluer les forces et les faiblesses
- La diffusion de son message
- Construire un retro planning

II. La philosophie / l'histoire des réseaux sociaux

- Histoire / leur place dans notre quotidien
- Le fonctionnement de chacun
- Etat des lieux des réseaux des artistes

III. Les bons usages des réseaux sociaux

- Quels sont les réseaux sociaux indispensables pour un projet artistique
- Faut il être partout ?
- Focus sur : Youtube
- Focus sur : Tik Tok
- Focus sur : Instagram
- Mais également : les bons usages sur Facebook, Twitter et LinkedIn

IV. La création de contenu

- Introduction sur l'importance des contenus de nos jours
- Les outils gratuits et payants
- Les codes, différents formats
- Les déclinaisons nécessaires
- Elaborer un KIT Social

Mise à jour en octobre 2021

AMI - Aide aux Musiques Innovatrices

Friche La Belle de Mai - 41 rue Jobin - 13003 Marseille

SIRET : 378 792 592 00032 - Déclaration d'activité n° 93 13 16157 13

FORMATION : OUTILS, INTERMÉDIAIRES ET ACTEURS DE LA PROMOTION MUSICALE



PUBLIC

Cette formation s'adresse à des artistes musiciens et des opérateurs des musiques actuelles.

PRÉ-REQUIS

Professionnels du secteur culturel

INTERVENANT

Victor Conradsson

Manager d'artiste & formateur interne chez believe, leader mondial du service aux artistes.

ÉVALUATION DE LA FORMATION

La formation sera suivie d'une évaluation sous forme d'un questionnaire rempli par les participants portant sur le déroulement de l'action afin de mesurer la satisfaction globale sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et les supports utilisés.

SANCTION DE LA FORMATION

La formation sera sanctionnée par la remise d'une attestation individuelle de formation, mentionnant les objectifs, la nature et la durée de la formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Explorer l'éco-système de la promotion musicale
- Comprendre les enjeux de chaque acteur et plateforme
- Découvrir et maîtriser des outils de webmarketing et un budget

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :

- Identifier l'ensemble des opportunités de visibilité qui leur sont offertes
- Utiliser les outils d'auto-promotion gratuits à disposition des artistes/labels indépendants
- Monter et exécuter des campagnes de marketing digital sur mesure
- Gérer un budget en triant les bonnes et mauvaises opportunités

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche pédagogique :

- Participative
- Prenant appui sur les projets réels des stagiaires

Méthodologie :

- Réflexion stratégique associée à un outillage pratique
- Alternance de contenus à transmettre et d'exercices pratiques ou temps de questionnement collectifs

Techniques d'animation :

- Brainstormings collectifs
- Réflexion collective autour du projet des stagiaires
- Appui sur support papier récapitulatif



CONTENU DE LA FORMATION

Introduction

I. Labels et Distributeurs

- Qu'attendre d'un label ou distributeur avec qui l'on aurait un Deal (digital et/ou physique)
- Comment maximiser ses chances en bonne coordination d'équipe (+Relations Presse)
- Que faire en complément ?

II. Outils d'auto-promotion

- En distribution DIY, comment atteindre les playlists dites "éditoriales" des plateformes
- Comment se pitcher et optimiser sa présence sur les plateformes de stream (ex: Spotify For Artists, Deezer for Artists...)
- Promouvoir ses ventes en direct (ex : Bandcamp)

III. Tierce-parties (playlisteurs, blogueurs, youtubeurs...)

- Comment les identifier ?
- Comment s'organiser et les contacter efficacement ?
- Quel intérêt pour les plateformes de mise en relation type SubmitHub ou Groover ?
- Savoir évaluer les placements bons à prendre et les placements qui ont un coût excessif (financier ou autre)

IV. Dépenser en marketing digital et monter des campagnes

- Comprendre ce qui s'achète et ce qui ne s'achète pas
- Mise en place de partenariats avec les plateformes
- Sponsorisation des messages de mise en avant du catalogue (Facebook Ads, Instagram, YouTube, Google Ads, Spotify ads, TikTok ads, etc)

V. Analyser les stats pour mesurer le retour sur investissement

- Indicateurs positifs et négatifs
- Outils pour évaluer l'impact d'une playlist, d'une chaîne, d'un blog...
- Comment gérer son budget en conséquence



FORMATION : RELATION AUX MEDIAS

PUBLIC

Cette formation s'adresse à de jeunes créateurs d'entreprises culturelles, aux artistes et aux labels.

PRÉ-REQUIS

Il n'y a pas de niveau minimum pré-requis pour suivre cette formation.

INTERVENANT

Barbara Iannone

Fondatrice de l'agence BIIIP spécialisée dans les relations presse du secteur culturel.

Quelques références : Agence Ping-Pong (Paris), Salle de Musiques Actuelles 6MIC, Chinese Man Records, Jarring Effect (Lyon), festival Jardin Sonore, festival Avec le Temps, festival MIMI, festival Courts-Bouillon, festival nouv.o.monde, label Grand Bonheur...// Artistes : Martin Mey, Rootsword, Filastine & Nova, Supa Dupa, Makoto San...

ÉVALUATION DE LA FORMATION

La formation sera suivie d'une évaluation sous forme d'un questionnaire rempli par les participants portant sur le déroulement de l'action afin de mesurer la satisfaction globale sur l'organisation, les qualités pédagogiques du formateur, les méthodes et les supports utilisés.

SANCTION DE LA FORMATION

La formation sera sanctionnée par la remise d'une attestation individuelle de formation, mentionnant les objectifs, la nature et la durée de la formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Comprendre les enjeux des relations presse
- Savoir présenter son actualité
- Mettre en place une stratégie pour communiquer sur son projet auprès des medias
- Construire un réseau et une base de contacts medias
- Définir les outils pour promouvoir son actualité et avoir en tête la check list

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :

- Communiquer sur une actualité auprès des medias
- Créer une base de données medias et cibler les bons contacts
- Créer et réunir les bons éléments d'un Press Kit
- Créer son propre Press Kit en ligne
- Rédiger un communiqué de presse adapté à une actualité
- Connaitre les habitudes des RP
- Préparer un argumentaire pour les relances
- Se préparer pour une interview (radio, TV, écrite)

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche pédagogique :

- Participative
- Prenant appui sur les projets réels des stagiaires

Méthodologie :

- Réflexion stratégique associée à un outillage pratique
- Alternance de contenus à transmettre et d'exercices pratiques ou temps de questionnement collectifs, ateliers

Techniques d'animation :

- Brainstormings collectifs
- Réflexion collective autour du projet des stagiaires
- Appui sur support papier récapitulatif
- Projection de supports et exemples concrets

Mise à jour en octobre 2021

AMI - Aide aux Musiques Innovatrices

Friche La Belle de Mai - 41 rue Jobin - 13003 Marseille

SIRET : 378 792 592 00032 - Déclaration d'activité n° 93 13 16157 13

CONTENU DE LA FORMATION



Introduction

- Réalité des medias par rapport aux actualités musicales
- Nécessité d'anticipation
- Assoir son image avant de commencer ses relations presse.

I. Les outils & méthodes de communication auprès des médias

- Panel des outils de communication spécifiques aux medias : dossier et communiqué de presse web et print, mailing personnalisé et newsletter spécifique (et outils statistiques sur les ouvertures), utilisation des réseaux sociaux médias, phoning, rendez-vous, interviews, conférence de presse, espace presse, ...
- Mettre en place une stratégie de communication auprès des médias (en parallèle de la communication globale)
- Anticiper son retroplanning, connaître les dates importantes, construire un outil collaboratif avec son équipe
- Définir le message global de son actualité, extraire les éléments importants
- Le communiqué et le dossier de presse : comment rédiger et mettre en forme ces outils primordiaux ?
- Le Press Kit : quels éléments doit-il contenir, quels formats ? Comment créer le press kit et le mettre en ligne ? Check list
- Organiser une conférence de presse
- Se préparer pour des interviews

Exercices pratiques : définir son projet, argumentaire, communiqué de presse, EPK

II. Les médias

- Tour d'horizon des différents medias, genres, supports, périodicité
- Cibler : sélectionner les bons médias, adapter son message
- Construire un réseau de contacts medias : organiser une base de données, trouver les bons contacts, construire une relation avec ses interlocuteurs, se constituer un réseau (physique et digital)

Exercices pratiques : constitution d'une base de données, ciblage des médias par rapport à son projet

III. La relation avec les médias : base de données et ciblage

- Connaître les habitudes des RP et quelques astuces
- Préparer un argumentaire pour les relances
- Se préparer ou préparer un collaborateur pour une interview
- Constitution d'un réseau et d'une base de données médias
- Ciblage des médias par rapport aux projets

Exercices pratiques : envoi d'une actualité

MODALITÉS DE LA FORMATION



du 03 au 10 mai 2022 en présentiel :

- Jour 1 / 03 mai : Intervention de Barbara Iannone (9h30-17h30)
- Jour 2 / 05 mai : Intervention de Charlotte Le Gal (9h30-17h30)
- Jour 3 / 10 mai : Intervention de Victor Conradsson (9h30-17h30)



Nous consulter
Formation éligible au CPF



Plateforme Dynamo / AMI
41 rue Jobin
Friche la Belle de Mai
13003 Marseille



Délai d'accès : en fonction de votre financement, de 1 mois à 15 jours avant le début de la formation



L'ensemble de nos locaux est accessible aux personnes en situation de handicap.

Vous pouvez prendre contact avec notre référente handicap par mail ou par téléphone.

Anne Marsetti : am@amicentre.biz / 04 95 04 96 17



dynamo@amicentre.biz
04 95 04 95 50

Qualiopi
processus certifié

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante :
Action de formation

Mise à jour en octobre 2021

AMI - Aide aux Musiques Innovatrices

Friche La Belle de Mai - 41 rue Jobin - 13003 Marseille

SIRET : 378 792 592 00032 - Déclaration d'activité n° 93 13 16157 13