

Communication et web-marketing du projet musical (FOAD - Formation à distance)



6

stagiaires



14

heures



2

jours



560

€HT
672,00 €TTC

Description

L'histoire récente de l'industrie musicale est riche de groupes devenus mondialement célèbres « grâce à Internet ». Si pour la plupart, cela relève plutôt de la légende – ou du storytelling (leur succès n'étant pas dû à la seule visibilité acquise sur le web), il n'en demeure pas moins que les nouveaux médias sont devenus à la fois une opportunité et un outil fondamental pour les artistes en développement. Internet est d'abord un outil de communication global qui va permettre aux musiciens de faire connaître leur musique à un public très large, que ce soit directement par le biais des réseaux sociaux, ou par l'intermédiaire de médias, pour certains présents uniquement en ligne (les pure players et les blogs). Grâce aux réseaux sociaux, cette communication devient même interactive, les artistes pouvant directement échanger avec les fans et fidéliser ainsi leur public. En outre, en générant aujourd'hui plus de 70% des revenus de l'industrie phonographique, Internet est devenu le principal outil de commercialisation de la musique enregistrée, les solutions proposées - streaming, téléchargement, vente de CD / vinyle à distance, etc. - étant accessibles tant aux majors qu'aux artistes autoproduits.

Profil professionnel des stagiaires

- Artistes-interprètes ou musiciens (auteurs-compositeurs ou non).
- Professionnels de la musique (managers, producteurs de disques ou de spectacles).
- Professionnels en reconversion vers le management de projet musical.

Prérequis

- Être porteur d'un projet musical.
- La formation se déroulant en classe virtuelle, FOAD, le stagiaire doit posséder une liaison Internet, un ordinateur, une webcam (intégrée ou non) et un micro (intégré ou non).

Positionnement pédagogique

Un entretien téléphonique sera effectué en amont de la formation pour valider le parcours professionnel et les prérequis du candidat.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux de la création de contenus pour recruter et fidéliser son public ; connaître les différents outils de communication digitale permettant leur diffusion.
- Être en mesure de créer ses outils et supports de communication à destination des professionnels.
- Connaître et comprendre le fonctionnement des outils d'advertising ; être en mesure de définir un budget d'investissement marketing en ligne pertinent.
- Comprendre comment générer des revenus en ligne en monétisant sa musique et ses vidéos sur les différentes plateformes.

Description (suite)

Si aucun artiste en développement n'ignore aujourd'hui l'importance d'Internet, savoir utiliser de manière efficace ses différentes opportunités ne s'improvise pas, sauf à prendre le risque de perdre du temps et / ou de l'argent. C'est pour aider les musiciens à définir leur stratégie online que les Escapes Buissonnières ont conçu la formation « Communication et webmarketing du projet musical », stratégie qui pourra être mise en œuvre directement par l'artiste lui-même le plus souvent, et par l'intermédiaire d'un prestataire spécialisé dans certains cas (attaché de presse, distributeur, agence marketing, etc.).

Cette stratégie online suppose dans un premier temps pour l'artiste de disposer des « bons » contenus, qui ne se limitent pas à la musique elle-même. Face à l'offre immense offerte par Internet, l'artiste doit cultiver la singularité de son « univers » - que ce soit par ses visuels, clips, son storytelling, etc. - et c'est sa conception qui sera abordée dans un premier temps.

Ces contenus seront largement relayés sur les différents réseaux sociaux, avec comme double objectif le recrutement des fans et leur fidélisation. Le stage abordera donc ensuite les best practices applicables sur ces réseaux.

Si beaucoup d'outils sont accessibles gratuitement, rendre un contenu viral grâce à Internet suppose parfois également un investissement financier, à travers l'advertising (achats d'espace, sponsoring, etc.). Seront alors présentés aux stagiaires les différents outils disponibles, et les méthodes permettant de déterminer un budget pertinent.

Enfin, s'il est indispensable de savoir comment bien dépenser son argent sur Internet, il l'est plus encore de savoir comment en gagner. L'intervention d'un spécialiste de la distribution digitale permettra aux stagiaires de comprendre les mécanismes permettant de monétiser leurs contenus, et de bien comprendre en particulier le fonctionnement des playlists, à la fois sources de visibilité et de revenus, et nouveau Graal pour les musiciens.

Le programme

MODULE 1

→ Storytelling et visuels : l'univers extra-musical de l'artiste

- Le storytelling

Échanges autour de la présentation verbale des projets des stagiaires. Comprendre les enjeux fondamentaux de la présentation par les mots. Apprendre à l'écrire.

- L'univers visuel

Comprendre les enjeux de l'image d'un projet. Apprendre à établir un moodboard et à définir une direction artistique visuelle globale. Savoir la développer stratégiquement.

→ La Communication B2b Et Les Médias

- Les outils de la communication

Apprendre à concevoir ses outils de communication (dossier de presse, EPK, mail de démarchage pro...).

- Les médias

Connaître le rôle des attaché.e.s de presse et savoir choisir le partenaire pertinent. Organiser soi-même une campagne de RP stratégique. Apprendre à distinguer les médias adaptés à son projet.

→ La communication direct-to-fan et les réseaux sociaux

Comprendre les notions et enjeux du community management et de la promotion sur les nouveaux médias. Savoir définir sa stratégie de communication digitale. Comprendre le rôle des influenceurs. Savoir réaliser une newsletter.

- La stratégie de contenus

Maîtriser les notions de régularité, fan engagement et recrutement. Savoir choisir des contenus pertinents et définir des objectifs ; comprendre les enjeux d'une stratégie cross-platform.

MODULE 2

→ Markéter ses contenus en ligne

- Les enjeux du marketing digital

Comprendre les algorithmes de recommandations, la stratégie de contenus, le référencement naturel, visuels et backlink.

- Focus : communiquer sur son live

Communiquer auprès des pro (supports, méthodes), communiquer auprès du public (communication online – outils, planning, objectifs – et physique).

Modalités pédagogiques

Techniques pédagogiques

→ Exposés / cours théoriques

→ Entretien avec des professionnels

Des échanges sont menés régulièrement avec les formateurs, tous des professionnels expérimentés en activité.

→ Débat, discussion

Supports de travail

- Modèles de contrat, documents professionnels
- Ressources vidéo et sonores

Évaluation

L'évaluation de l'atteinte des objectifs pédagogiques sera réalisée par les formateurs, sur la base de leur expertise, complétée par des échanges, des mises en situation et des exercices de type questions-réponses, selon le contenu abordé.

Modalité d'organisation à distance

→ Mise à disposition d'un espace extranet individualisé

Échange de documents administratifs et pédagogiques, gestion de l'agenda de formation, accès à la classe virtuelle, émargement.

→ Classe virtuelle

Mise en place à l'aide de la plateforme Dendreo Live. (Fonctionnalité intégrée dans l'espace extranet).

→ Assistance individualisée

Organisée en amont de la formation et d'une durée d'un quart d'heure, elle permettra à chaque stagiaire de prendre en main les outils mis à disposition et de vérifier qu'il dispose des équipements requis en ordre de marche (ordinateur ou tablette, caméra et micro).

Inscription

Sur notre site internet : escalesbuissonnieres.fr