

Créer et diffuser des contenus vidéo pour promouvoir sa musique



6

stagiaires



49

heures



7

jours



3920^{€HT}

4704 €TTC

Description

Quand on est musicien autoproduit, la vidéo n'est plus une option : c'est un canal central pour exister et se faire voir. Selon une étude de MusicWatch, 68 % des utilisateurs de réseaux sociaux découvrent de nouveaux artistes via des formats courts vidéo (Reels, Shorts, TikTok). D'après Deloitte, 82 % des membres de la génération Z et 70 % des milléniaux découvrent de la musique à travers des plateformes vidéo ou du contenu généré par les utilisateurs. Sur TikTok, les vidéos intégrant des morceaux d'artistes réels génèrent jusqu'à 68 % de vues complètes supplémentaires, preuve que l'authenticité musicale favorise l'engagement. Pour un artiste indépendant, la vidéo est donc devenue un outil incontournable pour toucher son public, développer sa visibilité et construire une communauté fidèle, sans dépendre des circuits de promotion traditionnels.

Face à ce constat, la formation « Créer et diffuser des contenus vidéo pour promouvoir sa musique » propose une méthode complète et accessible pour faire de la vidéo un levier stratégique. Les stagiaires apprendront à affirmer leur univers artistique et à le présenter de manière claire et percutante, à construire une stratégie de communication vidéo efficace adaptée à leurs objectifs, à tourner et monter leurs propres vidéos avec des outils simples, et à diffuser leurs contenus avec méthode pour entretenir leur présence en ligne dans la durée.

Profil professionnel des stagiaires

→ Artistes autoproduits, managers, responsables réseaux sociaux / community managers de structures de production musicale.

Prérequis

→ Être porteur d'un projet de musique actuelle.
→ Être à l'aise avec l'utilisation d'un smartphone (prise de vue, publication).
→ Avoir déjà posté du contenu vidéo sur les réseaux sociaux
→ Être à l'aise avec l'environnement Mac.

Positionnement pédagogique

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

Objectifs pédagogiques

→ Savoir définir et affirmer son identité artistique afin de positionner sa communication dans une démarche cohérente et différenciante, adaptée à son univers musical.
→ Savoir concevoir et planifier une stratégie de contenus vidéo adaptée à son projet musical et aux spécificités des plateformes de diffusion.
→ Savoir mettre en place un processus complet de création de contenus vidéo (préparation, tournage, postproduction) en mobilisant des compétences techniques de tournage et de post-production adaptés à ses contraintes
→ Savoir structurer et évaluer une stratégie de diffusion visant à renforcer l'engagement autour de son projet artistique.

Description (suite)

Cette approche allie créativité, narration et maîtrise technique pour permettre à chaque participant de devenir pleinement acteur de sa communication.

Sur sept jours, la formation alterne apports théoriques, ateliers pratiques et accompagnement individualisé. Les stagiaires définiront leur positionnement, comprendront les audiences des plateformes, élaboreront une stratégie éditoriale cohérente, puis passeront à la pratique : tournage, montage et post-production. La dernière journée sera consacrée à la présentation de leur stratégie complète, incluant pitch, vidéos et plan de communication, afin de repartir avec une méthode solide, des contenus prêts à diffuser et une vision claire pour la suite de leur développement artistique.

Le programme

jour
1

Définir son positionnement artistique et construire son pitch

Objectif :

Permettre à chaque stagiaire de poser les fondations de son identité artistique et apprendre à présenter son projet de manière claire et différenciante.

Compétences visées :

- Savoir définir son identité artistique à travers des outils visuels et narratifs.
- Comprendre les enjeux du positionnement dans sa stratégie globale.
- Savoir auditer sa communication actuelle et dégager des axes de travail.
- Concevoir un pitch clair, accrocheur et aligné à son univers.

Déroulé :

→ Présentation

- Tour de table : intervenant·e et stagiaires.
- Présentation des projets artistiques des stagiaires.

→ Direction artistique & positionnement

- Pourquoi communiquer en tant qu'artiste ?
- Ambitions artistiques vs cohérence de communication (indé vs mainstream).
- Atelier : portrait analogique de l'artiste / son projet.
- Univers visuel, image de marque et storytelling.
- Étude de cas : Léman. Analyse & débat.

→ Audit express et élaboration du pitch

- Évaluation des actions de com actuelles menées par chaque stagiaire : forces, faiblesses, objectifs.
- Tour de table sur les références et points d'aisance.
- Atelier : élaboration et test du pitch (singularité, storytelling).

Le programme (suite)

jour
2

Comprendre ses audiences et choisir ses canaux de communication

Objectif :

Comprendre les logiques des plateformes sociales et structurer une présence cohérente selon son audience et ses objectifs.

Compétences visées :

- Apprendre à adapter ses vidéos aux différents réseaux sociaux.
- Comprendre les mécanismes d'algorithmes et comportements d'audience.
- Identifier les formats les plus pertinents selon son projet.
- Savoir anticiper et organiser la production de contenus pour éviter la surcharge mentale.
- Savoir structurer une stratégie éditoriale avec des objectifs clairs.

Déroulé :

→ Pitch des stagiaires - retours

- Présentation de son pitch par chaque stagiaire.
- Retours du groupe. Analyse et commentaires de l'intervenant.e.

→ Panorama des réseaux sociaux

- Comprendre les audiences Warm, Cold & Superfans.
- Stratégies d'acquisition et de fidélisation.
- Focus sur YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, LinkedIn.
- + Algorithmes, formats clés, tendances
- + Exemples et bonnes pratiques
- + Notions de hook & rétention

→ Pivots de la communication

- Structurer sa communication : rôles, ressources, vision.
- Piliers de contenu : incarnation, adhésion, récurrence.
- Organisation & charge mentale : outils et délégation.
- Sponsoring, newsletters, lives, formats alternatifs.

jour
3

Construire une stratégie de contenu cohérente

Objectifs :

Apprendre à planifier, organiser et produire du contenu pertinent et efficace en vue d'une sortie musicale.

Compétences visées :

- Savoir utiliser Notion pour organiser ses idées et son planning éditorial.
- Apprendre à repérer et sauvegarder des inspirations et les adapter à son identité.
- Concevoir un rétroplanning réaliste et structuré.
- Définir des objectifs de visibilité (followers, streams, vues...).
- Comprendre la logique de production par batching.

Le programme (suite)

Déroulé :

→ Stratégie de sortie

- Présentation d'une méthode pour produire 30 vidéos autour d'un single.
- Déclinaisons de formats : facecam, playback, storytelling.
- Étude de cas : "Lénaïg".

→ Benchmark & organisation

- Benchmark : rechercher des idées de contenus inspirants.
 - Atelier : identification de 5 comptes références + analyse.
 - Notion : tri par pertinence et faisabilité.
 - Rétroplanning, calendrier de contenu, batching.
 - Atelier : création de page Notion avec objectifs et contenus.
-

jour
4

S'initier à la production vidéo avec les bons outils

Objectif :

Découvrir le matériel et les logiciels nécessaires à la production de contenus vidéo de qualité professionnelle avec des outils accessibles.

Compétences visées :

- Identifier le matériel adapté à ses contraintes.
- Acquérir les bases techniques de tournage : cadrage, son, lumière.
- Appréhender les étapes de post-production sur des logiciels gratuits.
- Optimiser ses vidéos pour différents formats sociaux (9:16, 1:1, etc.).
- Ajouter des sous-titres pour renforcer la compréhension et l'accessibilité.

Déroulé :

→ Tournage

- Comparaison smartphone / caméra / pocket caméra.
- Résolution, cadrage, lumière, son : conseils pratiques.
- Recommandations matériel minimal & astuces de tournage.
- Blindtest : reconnaître les types de formats.

→ Post-production

- Présentation des logiciels :
 - + Vidéo : DaVinci Resolve, CapCut Desktop
 - + Audio : Ableton Live, Reaper
 - + Sous-titrage sur CapCut Mobile / Desktop
 - Optimisation pour les plateformes sociales.
-

Le programme (suite)

jour 5

Tournage pratique en intérieur et montage de contenu

Objectif :

Expérimenter la création de vidéos en condition réelle, de l'analyse musicale jusqu'à la post-production.

Compétences visées :

- Apprendre à analyser une chanson pour en dégager une stratégie visuelle.
- Réaliser un tournage en intérieur avec des contraintes spatiales.
- Optimiser ses prises en vue de la post-prod.
- Maîtriser un processus complet de tournage & montage.
- Exporter des vidéos prêtes à publier.
- Savoir-faire du repérage pour ces prochaines vidéos.

Déroulé :

→ **Analyse Musicale**

BPM, mood, découpage, éléments visuels forts.

→ **Tournage**

- Choix créatifs : plans, format, lumière, son.
- Tournage de deux vidéos en intérieur.
- Export et sauvegarde (Airdrop, Smash, Drive).

→ **Post production**

- Montage sous DaVinci : coupes, zooms, formats.
- Sous-titres sur CapCut.
- Finalisation des vidéos.

→ **Repérage, identifier et planifier des lieux de tournage en vue du Jour 6**

jour 6

Création autonome en extérieur et post-production

Objectif :

Réaliser des vidéos en autonomie dans un environnement extérieur, tout en mobilisant les compétences acquises en tournage et post-production.

Compétences visées :

- Être capable de tourner une vidéo de manière autonome dans un cadre extérieur.
 - Anticiper les contraintes techniques (lumière naturelle, bruit, stabilité...).
 - Répartir efficacement les rôles en binôme pour un tournage fluide.
 - Structurer une narration cohérente dans un environnement réel.
 - Finaliser un contenu de qualité en post-production sans assistance.
-

Le programme (suite)

Déroulé :

→ Tournage extérieur en autonomie

- Tournage en binôme dans un lieu repéré à l'avance.
- Gestion du matériel (caméra, son, lumière).
- Choix du cadre, direction artistique, respect du format cible.
- Application des techniques vues lors des modules précédents.

Le tournage se fait en autonomie par binômes. Les stagiaires appliquent les techniques abordées lors des modules précédents, dans un lieu qu'ils ont repéré.

→ Post-production des vidéos

- Montage des vidéos tournées en extérieur.
- Ajout de sous-titres.
- Finalisation et export des vidéos.

jour
7

Restitution finale et stratégie de diffusion

Objectif :

Présenter sa stratégie complète de communication (pitch, rétroplanning, vidéos) et recevoir une évaluation personnalisée en vue de son développement post-formation.

Compétences visées :

- Savoir défendre et incarner une stratégie de communication complète.
- Savoir structurer son discours oral de manière claire et convaincante.
- Savoir s'autoévaluer et apprendre à recevoir des retours constructifs.
- Savoir formuler des perspectives concrètes pour maintenir la dynamique post-formation.
- Acquérir une vision professionnelle de la diffusion de ses contenus dans le temps.

Déroulé :

→ Restructuration et finalisation de la stratégie

- Révision des pitches et ajustements de dernière minute.
- Finalisation du rétroplanning et des contenus produits.
- Cohérence entre les vidéos réalisées et la direction artistique souhaitée.

→ Présentation finale et retours

- Passage individuel de chaque stagiaire :
 - + Pitch final
 - + Stratégie de contenu
 - + Vidéos produites
- Évaluation de la clarté et de la cohérence du plan de com :
 - + Direction artistique
 - + Benchmark
 - + Objectifs atteignables
- Feedbacks du groupe et de l'intervenant.

→ Clôture

- Analyse des perspectives de diffusion à court et moyen terme.
- Conseils sur le suivi post-formation : rythme, ajustement, auto-évaluation.
- Temps d'échange libre.

Modalités pédagogiques

Techniques pédagogiques

→ Apports théoriques contextualisés

Présentation des concepts clés (identité artistique, positionnement, stratégie de contenu, algorithmes, formats vidéo) appuyés sur des exemples concrets et des études de cas.

→ Méthodes actives et ateliers collaboratifs

Exercices d'analyse, brainstorming collectif, construction du pitch artistique, élaboration de stratégie éditoriale et de rétroplanning sur Notion.

→ Apprentissage expérientiel

Réalisation de tournages et de montages vidéo en conditions réelles (intérieur et extérieur), favorisant la mise en situation et l'acquisition par la pratique.

→ Pédagogie par projet

Chaque stagiaire construit tout au long du parcours un projet complet (pitch, stratégie de communication, vidéos produites) qui sert de fil conducteur à la formation.

→ Évaluation formative continue

Retours individualisés après chaque atelier, échanges collectifs et analyse de la progression.

→ Accompagnement personnalisé

Suivi individualisé des projets artistiques et retours ciblés sur les axes de développement de chaque stagiaire.

Cette alternance de théorie, de pratique et d'échanges favorise une appropriation concrète des outils et une autonomie durable dans la conception et la diffusion de contenus vidéo.

Supports de travail

- Présentations visuelles utilisées par l'intervenant pour introduire les concepts clés : identité artistique, storytelling, stratégies de contenu, algorithmes des réseaux sociaux, planification éditoriale.
- Vidéos musicales et comptes réseaux sociaux d'artistes pour études de cas.

Modalités pédagogiques (suite)

Évaluation

L'évaluation est continue tout au long de la formation, notamment lors :

- Des ateliers pratiques d'analyse, de conception et de tournage (pitch, identité artistique, stratégie éditoriale, production vidéo) ;
- Des retours individualisés et collectifs après chaque mise en pratique ;
- Des corrections et ajustements continus des productions réalisées (pitch, plan de communication, vidéos, rétroplanning).

Ces évaluations visent à mesurer la progression, à identifier les axes d'amélioration et à accompagner la montée en compétence de chaque stagiaire.

Évaluation en fin de stage

Cette évaluation se fait jour 7, lors de la présentation par chaque participant de son projet complet intégrant :

- Un pitch artistique clair et incarné ;
- Une stratégie de communication et de diffusion vidéo cohérente ;
- Une ou plusieurs vidéos produites et montées durant la formation.

L'intervenant évalue l'acquisition des objectifs pour chaque stagiaire à l'aide d'une grille d'évaluation dont les critères ont été déterminés en amont par l'intervenant et le responsable pédagogique.

Des bilans et synthèses personnalisés sont effectués par l'intervenant.

Moyens Technique

Une station iMac par stagiaire équipée DaVinci Resolve, CapCut Desktop et Mobile, Reaper ou équivalent libre, avec accès aux plateformes collaboratives :

- + Notion pour la conception et le suivi des plannings éditoriaux
- + Drive partagé ou plateforme LMS pour le dépôt et le partage des travaux
- + Outils de transfert (Smash, WeTransfer, AirDrop) pour l'échange de vidéos
- Vidéoprojecteur ou grand écran pour visionnage collectif.
- Système de diffusion audio.
- Matériel de tournage : smartphones, pocket caméras, trépieds, micros-cravates, éclairages d'appoint.

Inscription

Sur notre site internet : escalesbuissonnieres.fr