

Promouvoir et vendre une production phonographique

Objectifs :

Maîtriser et mettre en œuvre la promotion et la communication d'une production phonographique.

Maîtriser et mettre en œuvre la distribution et la commercialisation d'une production phonographique.

Programme détaillé :

Programme réparti sur 10 journées tous les lundis et mardis pendant 6 semaines

Module 1 : Promouvoir une production phonographique

La stratégie de communication

Les enjeux : positionnement et fidélisation

Identifier son écosystème, se fixer des objectifs de communication

Les outils de communication à destination d'un artiste

Utilité et limite des réseaux sociaux - nouvelles plateformes pour les artistes

Le Marketing digital : à quoi ça sert ?

Stratégie de développement

Les différentes phases du développement

Le public, les cibles

Le rétro-planning

Le storytelling

Les contenus

Le marketing

La promotion

Le storytelling

L'industrie musicale, une machine à "raconter des histoires"

Comment écrire L'histoire de son/ses artistes

Faire évoluer cette histoire, construire son "mythe"

Le marketing digital

Data management

Audiences, comportement

Profils, cibles

Stratégies créatives et marketing
Marketing services
Solution d'accélération de promotion

Marketing d'influence

Qu'est qu'un influenceur ?
Comment fonctionne l'influence marketing ?
Pourquoi travailler avec un influenceur ?
Comment travailler avec un influenceur ?
Où travailler avec les influenceurs ?

Actionner ses datas pour développer ses artistes

Comprendre comment les départements A&R travaillent avec les données
Quels indicateurs sont analysés pour mesurer la performance des artistes et des campagnes marketing
Identifier les meilleurs canaux marketing et de collaborations
Identifier les axes d'amélioration.

Musique et marques

Quel prérequis pour pouvoir collaborer avec des marques
Les différentes façons de collaborer avec les marques en fonction des besoins/ typologies d'artistes

Module 2 : Vendre et distribuer une production phonographique

La distribution

Historique
Etat des lieux
Enjeux
Label & Artist services : les modules d'accompagnement possibles
Les contrats de la distribution
Le reporting

La distribution digitale

Présentation du marché digital
Accéder au marché
Optimiser sa sortie digitale
De plus en plus de fonctionnalités ouvertes à tous sur les DSPs
Les playlists, le Graal ?

Les métadonnées

Enjeux et état des lieux des métadonnées musicales
Comprendre les échanges de données entre les acteurs de la musique
Savoir identifier les ayants droit, les œuvres et les enregistrements
Savoir évaluer la qualité des sources de données
Être capable de mettre en œuvre les bonnes pratiques
Connaître les principales innovations technologiques

Le retour du vinyle

Vinyles : le retour à l'objet

Politique de prix : regain de valeur de la musique

Fabrication : tension sur les approvisionnements, maîtrise des délais

Commercialisation enseignes indépendantes et grandes distributions, France et international

Intégration de la politique produits dans une stratégie générale

Le disque et l'image

Direction artistique et image

Stratégie et positionnement

Analyse de visuels

L'illustration de pochette/visuel de disque

Photo et graphisme

Budget et droits

Publics concernés : label manager, responsable commercial ou marketing de labels, auteurs, compositeurs, artiste entrepreneur, porteur de projet phonographique. Toute personne ayant besoin, dans son activité, de promouvoir et vendre une production phonographique.

Prérequis : connaissance du secteur de la musique phonographique et des labels, avoir un projet professionnel.

Maitrise de l'outil informatique et en particulier d'Internet.

Durée : 10 jour(s) soit 70 heures

Coût : 1200.00 net (pas de tva sur les formations)

Fréquence : deux fois par an

Effectif : maximum de 12 stagiaires

Formateurs : Sous-reserve : Isabelle Fontan-Mox Musique, Anthony Audebert-Ogust Music, Dorian Perron-Groover, Thérèse Sayarath, Artiste, Louis Favre-Tradespotting, Pierre Niboyet-MatchPlay, Sonia Boton Gboh-Roxann-e, Benoit Menet-Music Tomorrow, Benjamin Pruvost, consultant, Marc Danger-ADAMI, Florian Dubreuil-Kunoreko Media, Fred Neff - Viva la Musica...

Modalités d'évaluation : quizz, études de cas, mises en situation

Etude de satisfaction et d'impact : bilans à chaud et à froid

Attestation, certificat : Attestation d'assiduité

Modalités pédagogiques et moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéoprojections, documentation et supports papier

Ouvrage fourni avec la formation : L'artiste, la musique et le numérique - Emily Gonneau. (Editions CNM) // <https://boutique.cnm.fr/l-artiste-le-numerique-et-la-musique.html>

Informations complémentaires : Cours enrichi sur plateforme ENT
Référentiel de compétences : <https://cnm.fr/formation-les-certifications/>

Public en situation de handicap : Si vous êtes en situation de handicap et/ou que la formation nécessite des aménagements spécifiques, merci de le préciser dans le formulaire de préinscription dans la case concernée et/ou de vous manifester auprès de notre référent handicap par mail : formations@cnm.fr ou par téléphone au 01 83 75 26 00.

Financement : Non éligible au CPF. Dispositif de financement : <https://cnm.fr/dispositifs-et-financement-de-la-formation/> Particuliers sans financement, nous consulter.

Délai d'accès : selon liste d'attente, prévoir minimum un mois si demande de financement. Clôture des inscriptions 7 jours avant la date d'ouverture de la formation

Page web de la formation : <https://cnm.fr/formations/promouvoir-et-vendre-une-production-phonographique/>

Date de dernière mise à jour de cette page : 08/11/2022