

# 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  
Connaitre 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.

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

**Durée :** 10 jour(s) soit 70 heures

**Coût :** 1600.00 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, Benoît Menet-Music Tomorrow, Benjamin Pruvost, consultant, Marc Danger-ADAMI, Patrick Binard-Perspective Business Consulting, Nicolas Fortemps-Integral France/Pias, Florian Dubreuil-Kunoreko Media

**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 - Irma) // <https://boutique.cnm.fr/l-artiste-le-numerique-et-la-musique.html>

**Informations complémentaires :** Cours enrichi sur plateforme ENT

**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](mailto:formations@cnm.fr) ou par téléphone au 01 83 75 26 00.

**Financement :** dispositif de financement : <https://cnm.fr/dispositifs-et-financement-de-la-formation/>

**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 :** 05/07/2022