

# Musique et stratégies numériques

## Objectifs :

Comprendre l'environnement web et ses enjeux.  
Construire et organiser sa stratégie de communication « new media »,  
optimiser sa présence en ligne,  
utiliser les outils et plateformes,  
arbitrer ses investissements en marketing web.

## Programme détaillé :

### Replacer son projet dans le contexte de la communication web

Les nouveaux usages.  
Quelques données chiffrées.  
Un rapide historique des différentes stratégies d'artistes (de Myspace  
>DIY>DtoF>aujourd'hui).

### Définir une stratégie web pour un projet d'artiste

Recenser ses atouts.  
Définir son image et son *storytelling*.  
Évaluer la dynamique d'un projet en fonction de son stade de développement.

### Identifier les principaux outils d'une communication web

Éditer un site : site officiel/ blog officiel (objectifs, plateformes gratuites).  
Éditer des lettres d'information.  
Optimiser sa présence sur les réseaux sociaux.  
Utiliser des plateformes existantes (musique, vidéo, *crowdfunding*).  
Analyser les données et le profilage du public.  
Articuler les différents supports et établir un rétroplanning.

### Communiquer sur le web

Constituer une base de données.  
S'adresser aux médias.  
Choisir des partenariats web (choix, visibilité, dotations, opérations spéciales).  
La publicité et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.).  
Travailler avec les marques.  
Optimiser ses investissements numériques.

### Exemples et cas pratiques

**Publics concernés :** artistes, auteurs, compositeurs, interprètes, responsables de communication, attachés de presse, entrepreneurs dans le secteur du développement artistique, responsables de « labels ». Toute personne ayant besoin, dans son activité, de développer une stratégie de communication web pour un projet artistique.

**Prérequis :** maîtrise de l'outil informatique et en particulier d'internet.

**Durée :** 2 jour(s) soit 14 heures

**Coût :** 450.00 net (pas de tva sur les formations)

**Fréquence :** environ trois fois par an

**Effectif :** maximum de 15 stagiaires

**Formateurs :** Selon les sessions : Emily Gonneau (Nüagency), Christian Menez (consultant), Anthony Audebert (Ogust Music, consultant).

**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, le numérique et la musique - Emily Gonneau (éditions 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/musique-et-strategies-numeriques/>

**Date de dernière mise à jour de cette page :** 30/06/2022