

Gérer sa distribution physique via un distributeur et/ou en direct : cd, vinyl, merchandising

Objectifs

- Connaître le fonctionnement de la distribution physique
- Identifier les paramètres d'une commercialisation et sécuriser sa relation au distributeur
- Savoir renforcer l'efficacité de sa distribution
- Appréhender les enjeux de la vente en direct
- Maîtriser les différentes étapes logistiques
- Optimiser la commercialisation par une structuration réfléchie et des solutions techniques adaptées

1^{ère} partie : la distribution physique via un distributeur

Comprendre la place du distributeur dans la chaîne de l'industrie du disque

- Définition et rôle du distributeur physique
- Identifier les métiers de la distribution
- Sécuriser son contrat de distribution

Mettre en place la commercialisation

- la précommande et ses contraintes logistiques
- la mise en place/ la centralisation
- les documents commerciaux
- les chaînes de magasins vs les indés
- le système de dépôt-vente (FNAC) vs l'achat avec possibilité de retour

Soutenir la commercialisation par des services ajoutés supplémentaires et de la promotion

- les services ajoutés (promotion, avance et le suivi de fabrication, accompagnement stratégique, export)
- complément ou finalité de diffusion d'un album
- les investissements indispensables en parallèle de la commercialisation

2^{ème} partie : La vente en direct

Apprécier sa situation juridique et mettre en place sa stratégie

Contractualisation : est-ce le contrat de distribution donne droit à l'artiste de vendre directement ses CD, vinyls, merchandising ? Délégation à un prestataire autre que le distributeur

Marketing produit : prévision de la demande, stratégie de prix, qualité, mix marketing, politique de catalogue

Structuration : financier, humain, technique, stock et flux

Maîtriser la fabrication

Choix du / des fabricants : fabricant unique ou plusieurs fabricants selon les produits

Grille tarifaire : les pratiques et négociation

Process de fabrication : CD/ LP et Merchandising > Délais, éléments à transmettre....

Mettre en place la commercialisation

En concert ou à distance via le e-commerce

Enjeux et structuration : ressources humaine, transport, banque, budget et prévisionnel

Solutions techniques : le clé en main ou le sur-mesure (SaaS ou développement)

Exemples et cas pratiques

- Big cartel / Bandcamp
- Wix / Shopify / Oxatis
- Magento/Wordpress

Intervention : Stéphanie Rophille, label manager chez Differ-Ant, Frédéric Neff (consultant, Viva-Musica), Charles Daubenton, responsable e-commerce pour le groupe Nostromo, chef de projet The vinyl officine, responsable Distribution Irma

Publics concernés : artistes auto-distribués, responsables commerciaux, responsables de labels. Toute personne ayant besoin, dans son activité, de commercialiser et de gérer l'exploitation physique de phonogrammes et de produits dérivés.

Pré-requis : aucun

Modalités d'évaluation : attestation de suivi, bilans à chaud et à froid

Moyens techniques : présentiel, exposées, présentations, vidéos projections, documentations et supports papier, études et exercices de cas pratiques.

Support de cours, documentation : *documents fournis par l'Irma*

Effectif : maximum de 10 stagiaires

Lieu : 22 rue Soleillet 75020 Paris

Durée : 1 jour (7 heures)

Coût : 300€