



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Semaine distribution

Programme : une formation complète sur les solutions numériques et physique de distribution des projets phonographiques

Objectifs :

- Comprendre et maîtriser les paramètres de la distribution numérique.
- Comprendre et maîtriser les fondements de la promotion musicale sur les plateformes de distribution digitale.
- Connaître le fonctionnement de la distribution physique.
- Effectuer un reporting efficace de ses données numériques.

Contenu : cette "semaine" regroupe quatre stages Irma sur le thème de la distribution phonographique

Voir le contenu des stages sur chaque thème :

*Vendre sa musique sur Internet
Promouvoir sa musique sur les plateformes de streaming
Gérer sa distribution physique via un distributeur et/ou en direct
Effectuer en autonomie un reporting efficace de ses datas*

Interventions :

Frédéric Neff (Viva la Musica, consultant), Teddy Ngou Milama (fondateur Jouzik, formateur), Charles Daubenton (responsable e-commerce pour le groupe Nostromo, chef de projet The vinyl officine, responsable Distribution Irma), Jérôme Paul-Hazard, (formateur, chargé du développement des formations Irma)

Pré-requis : pratique de l'outil informatique, en particulier d'Internet et Excel

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

Moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéo projections, documentation et supports papier. La pédagogie s'appuie le questionnement et le dialogue, l'apprentissage par la pratique et la mise en situation, le partage de ressources ente les participants. Amener son ordinateur portable

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

Publics concernés : Artistes, responsables commerciaux, responsables marketing, responsables de labels. Toute personne ayant besoin, dans son activité, de commercialiser et de gérer l'exploitation numérique et physique de phonogrammes et produits dérivés.

Effectif : maximum de 10 stagiaires

Lieu : IRMA 22 rue Soleillet 75020 Paris

Durée : 4 jours (28 heures)



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Vendre et diffuser sa musique sur Internet

Objectifs

Comprendre et maîtriser les paramètres de la distribution numérique. Analyser son projet pour optimiser sa stratégie.

Lister les services et analyser le marché

- Comment fonctionne la distribution numérique (historique et situation)
- Les métiers et les services
- Le marché (téléchargement/streaming)

Comprendre l'environnement technologique

- Le codecs, les DRM (*Digital Rights Management*)
- Architecture, infrastructure et robustesse

Utiliser les données chiffrées de la distribution numérique

- Les fournisseurs (techniques, contenus, commerciaux)
- La répartition de la valeur
- Le *reporting* des ventes comme source d'information, l'interprétation des données
- Le ratio streaming/téléchargement

Analyser les problématiques internationales

- La localisation et la territorialité des droits
- La fragmentation des autorisations
- L'importance du catalogue local, la tva

Stratégie et développement artistique

- Choisir son partenaire numérique (pour un label ou pour un artiste)
- Analyser les grands éléments des contrats
- Optimiser sa distribution
- La convergence numérique/physique/spectacle vivant

Interroger les perspectives

- Le *cloud*, les autres contenus, l'évolution de la chaîne de valeur, le périmètre de la gestion collective, le paysage compétitif, le LTE (*Long Term Evolution*)

Intervention : Fred Neff (consultant, Viva Musica)

Publics concernés : artistes, responsables commerciaux, responsables marketing, responsables de « labels ». Toute personne ayant besoin, dans son activité, de commercialiser et de gérer l'exploitation numérique de phonogrammes.

Pré-requis : maîtrise de l'outil informatique et en particulier d'internet

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

Moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéo projections, documentation et supports papier, études et exercices de cas pratiques.

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

Effectif : maximum de 10 stagiaires

Lieu : IRMA 22 rue Soleillet 75020 Paris

Durée : 1 jour (7 heures)



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Développer sa fan base et son audience grâce au marketing digital (outils et méthodes)

Objectifs :

- Assurer la présence et la visibilité d'un groupe, artiste, projet artistique, festival ... sur Internet.
- Compléter le travail de prospection (médias, concerts ...) en attirant de nouveaux contacts / prospects vers son site
- Augmenter sa présence sur les plateformes de streaming
- Savoir promouvoir ses contenus et événements

Identifier et comprendre les principaux concepts

- E-Réputation & SEO (référencement) sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux
- L'enjeux des plateformes de streaming dans la stratégie de développement (Spotify, Youtube ..)
- L'approche « publicitaire » / « marketing »

Comprendre et utiliser les fonctions avancées des outils publicitaires Facebook

- Retargeting (remarketing)
- Recherche d'audience similaire
- Test A/B

Comprendre et utiliser les fonctions avancées des outils publicitaires Google AdWords

Pousser sa musique sur les plateformes de streaming

- Écoutes sponsorisées sur Deezer
- Youtube pre roll videos
- Spotify Ad Studio
- Smarts links

Avec de nombreux exemples et avec beaucoup de pratique à partir des projets des participants

Amener son ordinateur

Intervention : François Bloqué : manager d'artiste, producteur phonographique et tourneur (Ma Case Prod), éditeur distributeur et responsable marketing numérique (Absilone Technologies)

Publics concernés : artistes, responsables de communication web, responsables de « labels ». Toute personne ayant besoin, dans son activité, d'optimiser son référencement.

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

Moyens techniques : présentiel, exposés, présentations, vidéo projections, documentation et supports papier, études et exercices de cas pratiques.

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

Effectif : maximum de 10 stagiaires

Lieu : IRMA 22 rue Soleillet 75020 Paris



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

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)



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

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)*



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Effectuer en autonomie un reporting efficace de ses datas

Objectif : *Savoir utiliser efficacement le tableur Excel pour analyser ses données numériques, construire ses indicateurs de performance, présenter un tableau de bord de synthèse.*

Récupérer et présenter sa source de données

- Importer ses données au bon format
- Préparer ses données pour l'analyse
- Actualiser sa source de données

Analyser ses données

- Trier ses données selon l'ordre souhaité
- Filtrer ses données selon différents critères
- Effectuer automatiquement des calculs statistiques

Présenter le résultat de son analyse sous forme de tableaux de bord

- Construire des tableaux croisés dynamiques
- Mettre en évidence des indicateurs de performance
- Créer automatiquement des graphiques efficaces

Intervention : Jérôme Paul-Hazard, formateur en gestion et systèmes d'information, chargé du développement des formations Irma

Publics concernés : Toute personne ayant besoin, dans son activité, d'analyser ses données.

Pré-requis : connaître les notions de base d'Excel

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

Moyens techniques : Amener son ordinateur portable. Démonstrations sur PC. présentiel, exposés, présentations, vidéo projections, documentation et supports papier, exercices de démonstration et d'application.

Support de cours fourni le 1^{er} jour de formation : Un tutoriel est remis à chaque participant

Effectif : maximum de 10 stagiaires

Lieu : IRMA 22 rue Soleillet 75020 Paris

Durée : 1 jour (7 heures)