

# MARKETING : STRATÉGIES NUMÉRIQUES POUR LA MUSIQUE

Spectacle Vivant en Lorraine

FORMATION 2012

En coproduction avec L'Autre Canal – Scène de Musiques Actuelles - Nancy

avec **Virginie Berger**

(consultante en stratégie digitale, Dont believe the hype) - Intervenante IRMA

## OBJECTIFS

**Créer et optimiser sa présence en ligne : de la construction et de l'animation de la « fanbase », des stratégies de communication efficace, des bonnes pratiques en « social media », des considérations de marques, du marketing de niche, de la stratégie de ventes en ligne avec la création de revenus alternatifs, de l'intégration de la communication physique, de l'utilisation des données et des analyses.**

## CONTENU

### 1. Créer sa présence en ligne

- les essentiels du marketing en ligne : comment bien penser ses objectifs pour promouvoir sa musique ?
- analyser et mesurer les résultats pour les optimiser. Aperçu des outils existants
- bonnes pratiques : site web, email, newsletter
- le e-commerce : download, streaming et micro paiement

### 2. Construire sa communauté et générer la demande

- postulat : la réinvention du modèle économique de la musique (Direct To Fans + Direct To Fans sales)
- créer sa fanbase (quel fan et pourquoi ?). Les techniques d'acquisition de fans
- le direct to fan : pourquoi et comment les convaincre et les fidéliser ?
- stratégie de contenus : quel contenu, où et pour qui ? CwF (Connect with fans), les cas Masnick/Reznor
- quels sont tous les canaux de revenus potentiels pour un artiste? Le « direct to fan sales »
- les stratégies de marketing offline : pourquoi maintenir des conversations one/one entre groupes et fans ?
- comment développer son public vers un concert ?
- presse : communiquer auprès des bloggeurs

### 3. Exemple de stratégies à mettre en œuvre en fonction de plusieurs types de projets artistiques

- le site d'Exsonvaldes (concert en appartement)
- le site de Cyril Paulus (site sur abonnement pour ses fans)
- sites de NIN, LCD Soundsystem, Charly et sa drôle de dame, Jonah Matranga

**Moyens pédagogiques** : Travail sur des cas pratiques en poste individuel

- Possibilité d'apporter son ordinateur portable personnel -

**PUBLIC** Managers, responsables d'associations de support d'activités de groupes...

## L'INTERVENANTE

### Virginie Berger

Professionnelle de la musique depuis douze ans, Virginie Berger a assuré les fonctions de directrice marketing de Myspace. Elle est maintenant stratège et « business développeuse » auprès d'artistes, de labels, de producteurs, de managers en France et à l'international.

Elle est fondatrice du site indépendant « Don't Believe The Hype » ayant pour objectif d'aider les artistes à mieux comprendre l'environnement musical actuel, et d'évoluer et s'émanciper dans celui-ci.

Elle collabore à de nombreuses publications francophones ou anglophones, s'engage avec le CNRS et l'Ircam dans un projet lié à l'innovation musicale dans le cadre du grand emprunt, donne ou participe à de nombreuses conférences sur l'évolution de l'industrie musicale et les stratégies marketing, et donne des cours et formations pour l'Irma, l'IMM et Nanterre sur ces sujets.

- **Dates** : 5 et 6 juin (2 jours)
- (le 5 juin de 10h à 13h et de 14h à 18h et
- le 6 juin de 9h30 à 13h et de 14h à 17h30)
- **Lieu** : L'Autre Canal – Nancy
- **Places** : 10
- **Frais pédagogiques** : 100 €
- **Délai d'inscription** : avant le 21 mai
- **RENSEIGNEMENTS / INSCRIPTIONS**
- **Spectacle Vivant en Lorraine service Formation**
- Tél. 03 83 87 80 67
- Fax 03 83 87 80 71
- [formation@svlorraine.com](mailto:formation@svlorraine.com)
- [www.spectacle-vivant-lorraine.com](http://www.spectacle-vivant-lorraine.com)