

Stratégie Web, Pratique des Réseaux Sociaux et Community Management pour les Artistes

EN 28 HEURES

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES

- Comprendre l'écosystème du web : enjeux, fonctionnement, pratiques
- Développer une présence pertinente sur le net
- Penser sa stratégie web et établir un retro-planning moyen et long terme
- Maîtriser les principaux réseaux sociaux pour une communication plus efficace
- Mobiliser sa communauté de fans au service de son projet musique

PUBLIC CONCERNE

Porteurs de projets artistiques : chanteurs, musiciens, managers d'artistes...

PRE-REQUIS

- Être artiste ou porter un projet artistique
- Avoir une présence à minima sur le web : site internet, page Facebook ou chaîne YouTube

DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

- Durée : 28 heures
- Horaires : 10h - 18h
- Rythme : Continu ou Discontinu (en fonction des contraintes d'emploi du temps du stagiaire)
- Mode d'organisation pédagogique : présentiel
- Nombre de stagiaires prévu : 1

LIEU DE LA FORMATION

Sur site client

CONTENU DE LA FORMATION

Tour d'horizon & Historique et chiffres clés

I - Définir une stratégie web pour un projet d'artiste

- Recenser ses atouts, définir son image et son 'story-telling'
- Timing d'un projet en fonction du stade de carrière / développement de l'artiste
- Définir ses objectifs et choisir les réseaux sociaux les plus adaptés son projet musique
- Identifier le profil de ses fans

II- Fondamentaux d'une communication web

- Site internet / Blog officiel
- Newsletter
- Les réseaux sociaux & plateformes de streaming
- Crowdfunding

III - Maîtriser les outils

Facebook, YouTube, Instagram et Twitter

IV - Community management

- Articuler les différents supports et établir un rétro-planning
- Bases du Community Management et de la 'netiquette'
- Tour d'horizon des outils indispensables (monitoring, statistiques, programmation...)
- Analyse données et ciblage du public

Stratégie Web, Pratique des Réseaux Sociaux et Community Management pour les Artistes

EN 28 HEURES

DUREE DE LA FORMATION ET MODALITES D'ORGANISATION

- 1 écran de projection pour le support de formation
- 1 ordinateur par stagiaire
- 1 connexion internet fiable

SUIVI DE L'EXECUTION DE LA FORMATION

- Feuille de présence signées par le/la stagiaire et la formatrice par demie-journée
- Attestation de présence individuelle

APPRECIATION DES RESULTATS

- Questionnaire de satisfaction
- Attestation de fin de formation individuelle

ORGANISME DE FORMATION

- Nüagency est une enseigne de la société UNICUM – Management, Publishing & Consulting
- SIRET n° 514 266 428 00036
- Déclaration d'activité de formation enregistrée sous le numéro 11 94 09024 94 auprès du préfet de région d'Ile-de-France

MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES

La méthode pédagogique repose sur une alternance entre

- exposés théoriques (cadre, contexte et principes l'œuvre)
- mises en pratiques (mise à jour des outils et cas pratique sur le projet artistique du stagiaire)

MODALITES D'EVALUATION

L'acquisition et l'amélioration des compétences se fera pendant la formation à travers les travaux dirigés et supervisés par la formatrice

MOYENS D'ENCADREMENT PROFIL DE LA FORMATRICE

Emily GONNEAU

Diplômée de SciencesPo Paris, Maître de Conférences Associée en Master à La Sorbonne, auteure du livre « *L'Artiste, le Numérique et la Musique* » et formatrice intervenant dans de nombreux organismes de formation spécialisés (IRMA, CIFAP, illusion&macadam, Philharmonie de Paris, Filage...).