

ORGANISER LA PROMOTION DE SON ACTUALITÉ MUSICALE



PUBLIC

Artistes musicien·nes et/ou pluridisciplinaires (intermittent·e ou non).

PRÉ-REQUIS

Avoir une pratique artistique musicale ou pluridisciplinaire et avoir un projet à diffuser et communiquer (sortie d'album, de clip, de spectacle).

INTERVENANTE

Barbara Iannone

Responsable de la communication et des relations presse au sein de différentes structures culturelles, Barbara Iannone a fondé l'Agence BIIIP en 2013. Depuis 12 ans, elle prend en charge conseils en stratégies de communication et relations aux médias dans le secteur musical, et elle intervient également à l'Université d'Aix-Marseille.

ÉVALUATION DES ACQUIS

L'évaluation des acquis sera réalisée par auto-évaluation des acquis de compétences par les participant·es.

EVALUATION DE LA SATISFACTION

La formation sera suivie d'une évaluation sous forme d'un questionnaire rempli par les participant·es portant sur le déroulement de l'action afin de mesurer la satisfaction globale sur les méthodes pédagogiques.

SANCTION DE LA FORMATION

La formation sera sanctionnée par la remise d'une attestation individuelle de formation. mentionnant les objectifs, la nature et la durée de la formation.

OBJECTIFS DE LA FORMATION

En prenant appui sur les projets des participant·es, il s'agit de découvrir les outils nécessaires à la mise en place d'une stratégie de communication pour rendre visible son projet musical.

- Comprendre les enjeux des relations presse ;
- Mettre en place une stratégie pour communiquer sur son projet auprès des médias ;
- Construire un réseau et une base de contacts médias ;
- Définir les outils pour promouvoir son actualité.

A l'issue de la formation, les participants seront en capacité de :

- Avoir une vue d'ensemble des outils à disposition afin d'optimiser la communication d'un projet culturel ;
- Élaborer une stratégie de communication ;
- Réaliser un plan de communication ;
- Réaliser un budget de communication en lien avec la réalité de la structure ;
- Connaître les outils, les méthodes et les pratiques pour communiquer : newsletter, communiqué de presse, press kit, relations presse, réseaux sociaux, site web...

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche pédagogique :

- Participative ;
- Prenant appui sur les projets réels des stagiaires.

Méthodologie :

- Réflexion stratégique associée à un outillage pratique ;
- Alternance de contenus à transmettre et d'exercices pratiques ou temps de questionnement collectifs ;
- Utilisation des méthodes de conception de l'«UX Design».

Techniques d'animation :

- Brainstormings collectifs ;
- Réflexion collective autour du projet des stagiaires ;
- Appui sur supports-papier récapitulatifs ;
- Atelier de co-construction.



- 1 jour
- 7h par jour
- De 9h30 à 17h30 avec 1 heure de pause déjeuner



Nous contacter
Formation éligible aux fonds
des OPCO dont l'AFDAS, France
Travail...



Plateforme Dynamo / AMI
41 rue Jobin
Friche la Belle de Mai
13003 Marseille



Délai d'accès : en fonction de
votre financement, de 1 mois
à 15 jours avant le début de la
formation



L'ensemble de nos locaux est
accessible aux personnes à
mobilité réduite.
Pour les autres types de
handicap (sensoriel, psychique,
déficience intellectuelle ou
cognitive) un entretien préalable
avec notre référent handicap
sera réalisé afin de vérifier
l'adéquation entre le handicap
et le projet de formation.



dynamo@amicentre.biz

CONTENU DE LA FORMATION

DÉFINITION DU PROJET & ÉLÉMENTS DE LANGAGE

- Définition du projets, message, valeurs ;
- Check list des éléments promo.

OUTILS

- Base de données Plan médias Press kit / EPK Communiqué
- Newsletter, Mailing, Phoning, Messagerie ;
- Evénements Revue de presse.

MÉDIAS

Objectifs des relations médias & Tour d'horizon des différents
médias français.

CIBLAGE & CONSTITUTION D'UNE BASE DE MEDIAS

Construire son réseau, définir ses cibles, constituer sa base de
données médias.

Mise à jour en mai 2025