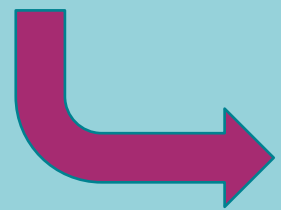




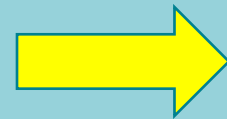
MARKETING MUSICAL
IDENTITE ARTISTIQUE
IDENTITE ET IMAGE MARKETING

MARKETING MUSICAL

- l'ensemble de processus pour diffuser son image et son message aux bonnes personnes dans le but de promouvoir au mieux sa musique et de développer son projet et sa carrière d'artiste, **de se faire « aimer »**



**IDENTITE
ARTISTIQUE**



**IDENTITE
MARKETING**

- L'identité artistique -

MARKETING MUSICAL

- l'ensemble de processus pour diffuser son image et son message aux bonnes personnes dans le but de promouvoir au mieux sa musique et de développer son projet et sa carrière d'artiste, **de se faire « aimer »**
- CV, biographie, lettre de motivation
- Communiquer un projet et une identité artistique

BUTS DU MARKETING MUSICAL

- **faire connaitre votre projet**
- **inciter le public à venir à vos concerts**
- **vendre des albums, du merchandising**
- **augmenter le nombre de vos téléchargements**
- **trouver de nouvelles dates de concerts, organiser de nouvelles tournées**
- **se faire programmer sur des festivals**
- **augmenter le nombre de vues de vos vidéos sur YouTube et les monétiser.**
- **développer votre base de fans sur les réseaux sociaux (Facebook, Soundcloud, Twitter, etc.)**

COMMUNICATION

Action d'établir une relation avec autrui

MESSAGE

MOYENS
TECHNIQUES

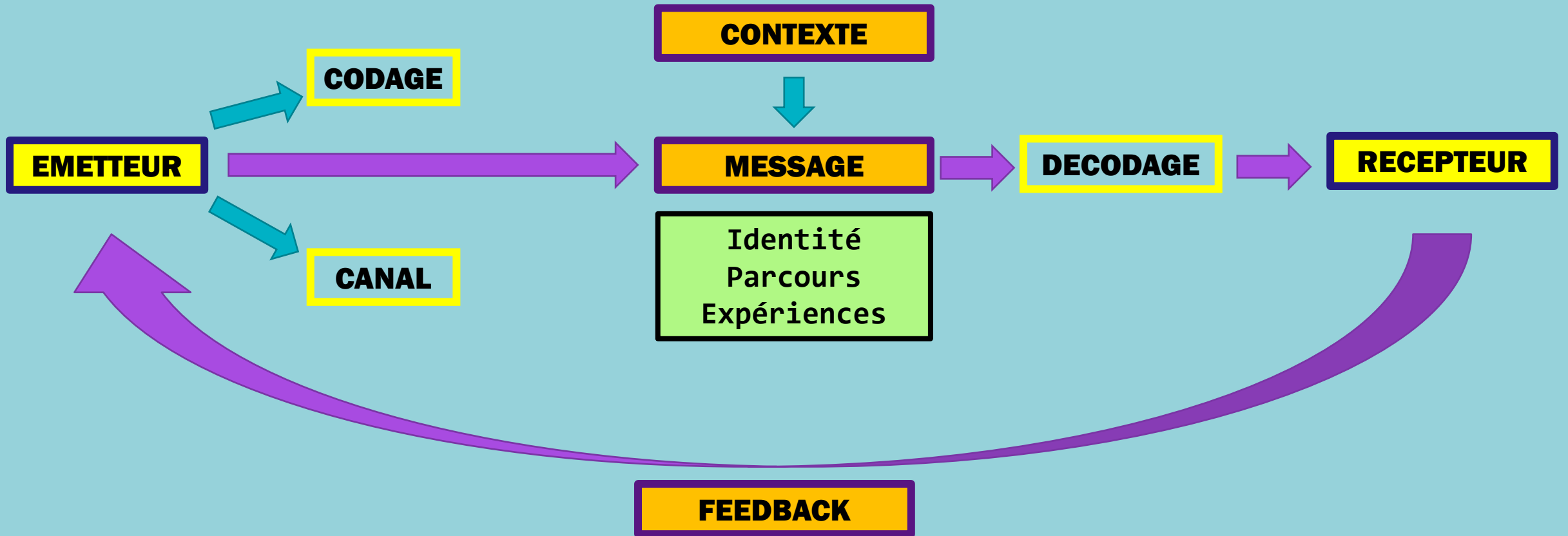


Biographie, photo d'artiste, vidéo, enregistrement



Agent, impresario, internet, sponsors,
presse, institutions d'enseignement

Schéma de la communication (Jakobson)



IDENTITE ARTISTIQUE

- Construire une identité artistique
- Identité artistique = **personnalité médiatique, l'image du musicien**
- Permet au public de vous **distinguer**, de vous **démarquer**, de vous **identifier** rapidement
- Permet de **connaître et comprendre vos projets**, votre plan de carrière

SE TROUVER UNE IDENTITE ARTISTIQUE

Pourquoi suis-je musicien?

Pourquoi faites-vous de la musique?

Qu'est-ce qui vous pousse à travailler des heures votre instrument?

Pourquoi obtenir un diplôme de musicien?

Pourquoi faire de la musique l'essentiel de votre vie?

« Dès l'âge de quatre ans, Sarah n'a qu'une idée en tête, jouer du piano. Elle pianote déjà sur un petit piano que sa mère lui a offert. C'est pour elle la seule chose qui compte ! Plus intéressant que de jouer à la poupée ! Il lui faudra attendre l'âge de sept ans pour qu'elle puisse enfin suivre des cours de piano, et s'adonner pleinement à sa passion. Elle suit une formation musicale très poussée durant toute son enfance et son adolescence. »

IDENTITE ARTISTIQUE : se présenter en 60 sec.

Imaginez que vous êtes interviewé et que le journaliste vous demande:

« Présentez-vous en tant que musicien »

Réponses possibles:

Voilà pourquoi je fais de la musique

Ce qui m'attire dans le monde musical

Mes orientations musicales

Mes projets

TROUVER UNE DEMARCHE PERSONNELLE

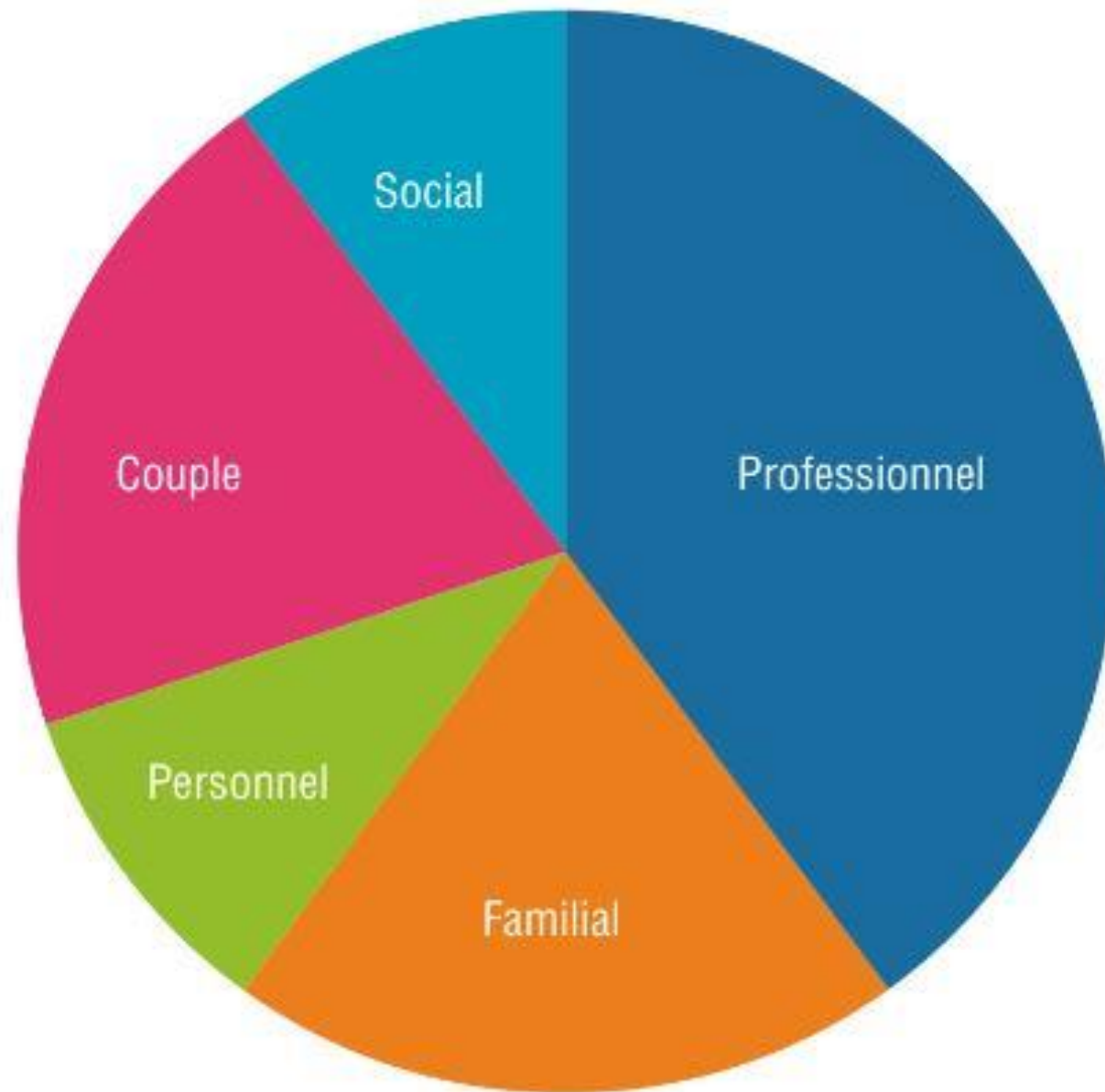
- Quelle vie souhaitez-vous ? Qu'est-ce que je veux dans ma vie?
- Quelle serait ma vie idéale ?
- Que faire pour avoir la vie que vous souhaitez ? De quoi ai-je besoin ?
- Qu'est-ce qui vous empêche d'avoir la vie que vous souhaitez ?
- Que voulez-vous conserver dans votre vie ?
- Etes-vous prêt à changer quelque chose dans votre vie pour accéder à vos aspirations ?
- Qu'est-ce qui peut vous empêcher en-dehors de vous d'avoir la vie que vous voulez ? (Quels sont les obstacles extérieurs ?)
- Qu'est-ce qui m'empêche personnellement d'avoir la vie que je veux ? (Quels sont mes obstacles intérieurs ?)
- Citez trois choses que vous aimez par-dessus tout.

TROUVER UNE DEMARCHE MUSICALE

- Qu'est-ce qui vous plaît le plus dans la musique ?
- Qu'est ce qui vous plaît le moins dans la musique ?
- Si quelqu'un de proche devait vous décrire en trois mots, que dirait-il ?
- Quel aspect, quel domaine en musique aimeriez-vous améliorer ?
- Quelles sont vos faiblesses en musique ?
- Que pourriez-vous faire pour améliorer ces lacunes, ces faiblesses ?
- Etes-vous heureux(se) avec la musique ?
- Quelles sont mes propres ressources sur lesquelles je peux compter pour réussir ?
- Qui sont les personnes qui peuvent m'apporter d'autres ressources pour réussir ?
- Que pourrais-je apporter à la musique ? Quelles sont mes valeurs?
- Qu'est-ce que j'attends de la musique

TROUVER SON UNIVERS MUSICAL

- L'endroit où faire de la musique : le pays, la ville, ...
- Les personnes avec qui vous voulez faire la musique, partager la musique
- Les personnes avec qui vous souhaitez travailler en musique sur un plan professionnel
- La carrière que vous voulez entreprendre
- La vie familiale que vous voulez développer aux côtés de la musique
- La part du professionnel de la musique et de votre vie sociale



IDENTITE MARKETING

Sortir du lot dans un secteur aussi concurrentiel que celui de la musique, c'est essentiel.

C'est juste un moyen de se démarquer, de s'imposer et de **se faire un nom**.

Et pour y parvenir, le **visuel** compte énormément et comprend plusieurs éléments : **un nom de scène**, **un logo ou une image** que l'on associe à un groupe, à un chanteur ou à un musicien, une **typographie spécifique** pour l'écriture du nom, **une charte graphique**.

L'objectif de cette identité visuelle est de **féderer le public autour d'un projet musical**, notamment au commencement d'une carrière. Elle constitue la base d'une identité artistique et doit figurer dans chaque stratégie de promotion, de communication, de marketing.

Pour un artiste, le visuel est vraiment incontournable puisqu'on le voit sur scène, sur les pochettes des albums, sur les affiches des concerts, les biographies, ...etc.

Développer sa singularité et son style pour se faire une place sur la scène musicale

IDENTITE MARKETING

Cibler le bon public, celui qui correspondra à votre univers musical

Vers quel public dois-je cibler ma communication?

Qu'est-ce qui me différencie des mes concurrents? Si vous n'êtes pas seul au monde à faire de la musique, vous êtes le seul au monde à faire ce que vous faites. **Ne copiez pas, n'imites pas !**

LA BIOGRAPHIE: la construction de la biographie

- Les principales études, les formations auprès de grands maîtres, les prix obtenus, les bourses et les distinctions
- Les expériences professionnelles : les concours nationaux ou internationaux, les concerts et récitals importants, les collaborations avec d'autres artistes, les enregistrements audio ou vidéo, les reportages...
- Les influences artistiques : les influences de grands maîtres, les filiations, les rencontres artistiques marquantes.
- Les projets futurs : à court ou long terme, les ambitions
- Votre identité artistique : votre esthétique, votre style, vos convictions, vos valeurs, vos idées et représentations de l'art, votre répertoire de prédilection...

LA BIOGRAPHIE : la rédaction

- Rédiger les textes en quatre parties distinctes : une accroche, votre parcours, le présent, le futur...
- L'accroche : il s'agit de trouver des adjectifs qui vous représentent, qui vous identifient. En règle générale, on utilise **la règle de 3** comme
« *Passionné, inventif, sensible,..* » ou « *Généreux, dynamique, chaleureux,...* »
- Ensuite vient un résumé de votre parcours, en n'y indiquant que les éléments les plus importants : études, rencontres, concerts importants, voyages...
- Le présent : c'est votre actualité du moment. Participation à des concerts, festivals, formation avec d'autres musiciens, etc.
- Le futur : vos projets concernant concerts, formations, enregistrements, etc.

IDENTITE MARKETING : la photo d'artiste

Pour construire une image, la photo d'artiste est déterminante

Outil de communication qui véhicule un langage: le langage de qui vous êtes. En une ou deux secondes, la photo doit révéler qui vous êtes, votre identité artistique.

La photo est un canal de communication rapidement décodé par le récepteur.

La psychologie sociale a mis en exergue des éléments importants d'éthologie humaine pour capter l'attention et l'attrait d'une personne sur une autre notamment par l'utilisation prononcée de ce que l'on appelle les **signaux socio-sexuels**. Dans cette pulsion scopique, le corps tout entier, et, plus particulièrement, la bouche, la poitrine, les jambes et les cuisses de la femme, la pilosité chez l'homme, semblent, à première vue, constituer l'exemple même de structures anatomiques qui déclenchent l'attraction physique et donc le regard.

Pour un musicien, la présence de **l'instrument** est tout aussi important pour entrer dans un code de communication spécifique à l'artiste.

la photo d'artiste: les éléments à prendre en compte

Le contexte : sérieux, humour, décalé, classique, nature ou sophistiqué

L'ambiance de la photo: la lumière, la pénombre, le clair-obscur, la mise en valeur d'une partie de la photo par la lumière

L'expression du visage: sourire et sympathique - visage tiré et sérieux, inspiré - rêveur, romantique.

La posture: debout, assis, couché – décontracté,- en exécution

Le décor: fond neutre – décor naturel (studio d'enregistrement, salle de concert, loge) – extérieur (nature, rue, immeuble,...)

Les vêtements : robe de concert, décontractée, courte, décolletée, costume, habit, chemise ouverte, ...

L'instrument de musique: présence ou non, proche de l'instrument (posture), partie de l'instrument, regard sur l'instrument, ...

la photo d'artiste: les éléments à prendre en compte

La qualité de la photo niveau technique: minimum 5 mégapixels pour utiliser de manière professionnelle. En-dessous, elle risque de ne pas être publiée (presse, affiche, programme,...)

Le format: portrait ou paysage. Une photo du visage ou du buste est plus appropriée qu'une photo du corps entier. Dans une publication presse ou internet, la photo du corps aura la même dimension que le visage, donc moins identifiable.

Les particularités marquantes.

LA VIDEO

Rédiger un synopsis à présenter au monteur, cinéaste

1. Choisir un format /contexte: interviews – reportage commenté – clips...
2. Rédiger un texte qui colle aux images
3. Rédiger le commentaire
4. Rédiger les réponses
5. Rédiger les titres et sous-titres
6. Minuter la vidéo (durée des séquences – durée totale)
7. Choisir un endroit de tournage, décors, ...
8. Vêtements
9. Structurer les séquences

