



## PROGRAMME DE FORMATION

# Créer ses campagnes marketing d'acquisition d'audience

AVEC FRANÇOIS BLOQUE

### DATES, DURÉE, LIEU ET MODALITÉS D'ORGANISATION

**DATES** mardi 8 et mercredi 9 septembre 2026

**DURÉE** 2 jours (14 heures)

**HORAIRES** de 9h à 12h30 et de 13h30 à 17h

**LIEU DE FORMATION** 253, avenue de Muret  
31300 Toulouse

**MODALITÉS D'ORGANISATION** Rythme continu,  
en présentiel

### PUBLIC CONCERNÉ ET PRÉREQUIS

**PUBLIC CONCERNÉ** artistes indépendant·e·s,  
labels, éditeur·rice·s, manager·euse·s d'artistes.

#### PRÉREQUIS

- > Disposer d'une page Facebook et d'un compte Instagram.
- > Avoir au moins un titre sur les plateformes de streaming.

### OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- > Maîtriser les techniques d'acquisition de nouvelles audiences en ligne (réseaux sociaux, streaming) par la publicité ciblée
- > Identifier les mécanismes du marketing numérique et de la conversion d'audience.

À L'ISSUE DE LA FORMATION, LE·LA PARTICIPANT·E  
AURA ATTEINT LES COMPÉTENCES SUIVANTES :

- > Intégrer les campagnes de publicité dans ses stratégies de sorties phonographiques.
- > Collecter, suivre et segmenter les données de ses audiences.
- > Implémenter un entonnoir de conversion des audiences.
- > Créer, configurer, lancer, suivre et analyser des campagnes publicitaires de type Meta Ads.
- > Utiliser les bons messages et contenu selon les audiences ciblées et les objectifs de conversion.

### MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

#### EFFECTIFS

- > minimum : 5 personnes
- > maximum : 12 personnes

#### DÉLAIS D'ACCÈS ENTRE LA DEMANDE DU BÉNÉFICIAIRE ET LE DÉBUT DE LA PRESTATION

- > Pour les demandes de financements via un organisme (OPCO, France Travail, etc.) : 1 mois.
- > Pour les demandes de financements en direct (employeur, individuel, etc.) : 15 jours.

### ÉVALUATION ET SUIVI DE LA FORMATION

#### MODALITÉS D'ÉVALUATION

- > QCM d'évaluation des acquis
- > Travaux pratiques création et lancement de campagnes marketing

#### SUIVI DE LA FORMATION

- > Feuilles de présence
- > Questionnaire de satisfaction

#### VALIDATION

- > Certificat de réalisation

## CONTENU DE LA FORMATION

### APPORTS THÉORIQUES :

- > Marketing vs Promotion
- > L'importance de la marque artiste et de la base de fans
- > Influencer les algorithmes des plateformes de streaming
- > Acquisition vs remarketing
- > Pourquoi faire du marketing en continu
- > Bonnes pratiques et état d'esprit à adopter
- > Les différents types de campagne
- > La notion de conversion
- > Les différents étages de l'entonnoir de conversion
- > Les pixels publicitaires et l'importance de données de segmentation
- > Structure d'une campagne de pub numérique

### APPORTS PRATIQUES :

- > Prendre en main le Meta Business Manager
- > Extraire et segmenter ses audiences
- > Trouver des audiences similaires
- > Créer une campagne d'acquisition d'audience sur Facebook
- > Créer une campagne d'acquisition d'audience sur Instagram
- > Créer une campagne d'acquisition d'audience streaming
- > Créer une campagne d'acquisition de « saves » sur Spotify
- > Créer une campagne de retargeting

## MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

Approche basée sur des méthodes pédagogiques actives et participatives qui favorisent les échanges entre participant·e·s et la transmission de savoir-faire.

### MÉTHODES :

Approche pédagogique active et axée sur la mise en pratique, favorisant l'apprentissage par l'action et l'interaction. Cette approche valorise l'engagement des participant·e·s par des études de cas réalistes, des exercices pratiques en temps réel, et des échanges collaboratifs pour développer des compétences concrètes et directement applicables dans leur contexte professionnel. Les apports théoriques sont synthétiques et structurés pour ancrer les connaissances fondamentales nécessaires à la maîtrise des outils.

### MOYENS :

Utilisation d'une plateforme publicitaire Meta Ads en conditions réelles (ou simulation), analyse d'exemples de campagnes performantes, ateliers pratiques guidés pas à pas, exercices en binôme ou en petits groupes pour concevoir et optimiser des campagnes, sessions de brainstorming pour explorer des stratégies créatives, partage d'expériences professionnelles des participant·e·s, et création d'un plan d'action individuel adapté aux projets spécifiques de chacun·e.

## VOS RÉFÉRENTES

### RESPONSABLE FORMATION, RÉFÉRENTE PÉDAGOGIQUE ET QUALITÉ

Chloé PERROT

[formation@federation-octopus.org](mailto:formation@federation-octopus.org)

### CHARGÉE DE FORMATION RÉFÉRENTE ADMINISTRATIVE ET SUIVI ENTREPRISE

Marion FARDI

[infostage@federation-octopus.org](mailto:infostage@federation-octopus.org)

### PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Référente handicap

Chloé PERROT

[formation@federation-octopus.org](mailto:formation@federation-octopus.org)

07 64 80 16 61

### PERMANENCE TÉLÉPHONIQUE DU PÔLE FORMATION

du lundi au vendredi de 09h à 17h

07 64 80 16 60/61

## TARIFS

### PRISE EN CHARGE OPCO

840€ nets (60€/heure)

### FINANCEMENT DIRECT ADHÉRENT·E OCTOPUS

420€ nets (30€/heure)

### AUTO-FINANCEMENT

210 € nets (15€/heure)

## FORMATEUR·RICE·S

### FRANÇOIS BLOQUE

Directeur, MA Case

François Bloque exerce

dans l'industrie de la

musique depuis près

de 20 ans, en tant que

booker, manager d'artistes, label, distributeur ou éditeur.

Il développe des artistes depuis 20 ans, a formé plus de 600 personnes, a booké plus de 800 concerts dans 28 pays, et a amené un artiste jusqu'à 1 million de streams mensuels sur Spotify.

Il aide depuis 10 ans, des artistes, labels ou éditeurs à développer les audiences en ligne de leur projet. Il fait notamment partie des formateur·rice·s du Centre National de la Musique sur les problématiques de développement ou management d'artistes et de marketing numérique.

