

ARTISTES: COMMENT DOMPTER LES RÉSEAUX SOCIAUX?

LE 25 AOÛT 2010 ARIEL HYATT

Ariel Hyatt, spécialiste du marketing et des médias sociaux, propose d'aider les artistes à vaincre leur peur des médias sociaux en sept étapes, ni plus ni moins.



Retrouvez cet article et bien d'autres sur **OWNMusic**, que nous lançons avec joie ces jours-ci !

Ariel Hyatt a fondé Ariel Publicity et Cyber PR, une agence de communication en ligne basée à New York, qui met en relation les artistes avec l'ensemble des médias en ligne. Depuis quatorze ans, elle a travaillé avec plus de 1500 artistes.

Ça s'est passé il y a quelques semaines en Australie. J'étais au cocktail d'inauguration du Song Summit Music Conference de l'APRA (Australian Prudential Regulation Authority), sur les hauteurs du Darling Harbor à Sydney, et je discutais avec un parfait inconnu (qui s'avéra être un chanteur australien connu, auteur de bon nombre de tubes).

Remarquant mon accent étranger, il me demande : "qu'est ce qui vous amène ici ?". "J'enseigne le marketing en ligne et les média sociaux aux artistes", lui réponds-je un peu embarrassée, sachant que ce genre d'information ne déclenche pas toujours un enthousiasme débordant.



Lui : Vraiment ?

Moi : Oui.

Lui : Vous savez ce que j'ai remarqué à propos du marketing en ligne et des média sociaux ?

Moi : Quoi donc ?

Lui : J'ai remarqué qu'on n'avait pas vraiment besoin d'être un grand artiste ou d'être respecté par ses pairs musiciens pour avoir du succès de nos jours. Si vous êtes doué pour le marketing, vous aurez plus de succès que vous n'en auriez eu par le passé.



Bon, je ne dis pas que son point de vue est valable, mais il dit ce que pensent 99% des musiciens: "ce mec fait de la musique de m... mais en étant bien insistant, voire lourd sur Facebook, il réussit à faire venir plus de monde que moi à ses concerts, et à vendre plus que moi aussi".

Vraiment ? C'est ce que vous pensez ?

Mon avis : on s'en fout que vous le trouviez nul. Le truc, c'est que cet artiste a réussi à identifier et à créer un lien avec suffisamment de gens qui pensent que sa musique est géniale. Ses fans récompensent donc ses efforts.

Arrêtez de juger les autres et demandez-vous plutôt comment faire pour vous démarquer. Pourquoi ?

Parce qu'il y a 500 millions de personnes sur Facebook avec qui entrer en contact.

N'importe qui peut être connecté à plusieurs centaines de personnes, créer des relations solides et ensuite vendre sa musique à ces fans qui la veulent et l'apprécient. C'est simple.

Ce qui n'est PAS simple, c'est de passer outre ses avis sur soi-même et sur les autres et de s'y mettre.

Donc voilà, je suis là pour démonter quelques unes (hum) de vos réticences. Celle que je viens de citer est la première sur la liste des...

7 raisons pour lesquelles les artistes sont très réticents aux médias sociaux.



#1 Je ne veux pas emmerder les gens et être hype à tout prix comme tous ces artistes que je déteste (ou: "je déteste sa façon de vendre sa musique, et je ne veux pas faire pareil!")

OK. Parler de soi, ça donne l'impression d'être dans un ego-trip. Mais faire aimer sa musique aux autres, c'est génial.

Donc mon conseil : quand vous utilisez les médias sociaux, ne braquez pas les projecteurs sur vous, mais plutôt sur les autres (les membres de votre communauté / vos fans / vos amis / les artistes que vous respectez).

Partagez les éléments qui vous paraissent banals. Ne songez même pas à vous vendre ou à vendre votre musique avant de bien tout piger. Quand c'est le cas, utilisez tout ça pour amener les gens à s'inscrire à votre newsletter, à visiter votre site web... Ça vous aidera, avec un avantage certain: un super référencement sur Google.

Gardez-ça en tête : 78% des gens font confiance à l'avis de leurs amis (c'est-à-dire le bouton "Like" (J'aime) sur Facebook) pour des produits et des services qu'ils achètent. Seulement 14% d'entre eux font confiance à la télé, la radio et la pub dans la presse. (Source : **Socialnomics**).

Donc en gros, vous devez devenir un des artistes que les gens recommandent.

#2 Promouvoir ma musique sur les médias sociaux ne va rien me rapporter. J'ai essayé, et la seule chose que j'ai gagné, c'est davantage de travail.

La vérité?

Les médias sociaux ne vont probablement rien vous rapporter directement à court terme. Mais utilisés au côté d'un marketing traditionnel et dans le cadre d'une vraie stratégie, ils peuvent vous permettre de renforcer votre relation avec vos fans, ce qui au final les incitera

à acheter.

Récemment, pendant une formation **Top Spin**, j'ai appris que le référencement Google et la newsletter sont les deux éléments les plus importants pour espérer gagner de l'argent, et les médias sociaux peuvent vous aider à les renforcer.

#3 Les médias sociaux et le marketing prennent trop de temps.

Je veux juste être un artiste, qui répète et qui joue.

Bon, je n'ai jamais dit que tout ça était juste. Le succès a toujours demandé et demande toujours beaucoup de travail. Il y a des questions à se poser :

Quelle est votre définition du succès? Combien de temps voulez-vous consacrer à l'acquisition de nouvelles compétences et à la maîtrise de nouveaux outils ?

Si votre réponse est "aucun, je veux juste faire de la musique", pas de problème.

Derek Sivers a récemment publié **un article émouvant** sur ce sujet et les commentaires sont très parlants (faire de la musique pour gagner de l'argent n'est peut être pas fait pour vous!)

Arrêtez d'espérer avoir une valeur aux yeux des autres. Considérez ça comme un bien personnel et précieux pour vous seul. Faites en sorte de gagner de l'argent autrement.

On continue ? Bien, allons-y.

Je me souviens d'un séminaire auquel j'ai participé, "The World's Greatest Marketing Seminar" (Le meilleur séminaire de marketing du monde), dont le but était d'aider les entrepreneurs à lancer leur entreprise. L'un de ces entrepreneurs est monté sur scène et nous a tenu un discours atroce :

Pour avoir du succès, 70% de votre temps doit être consacré à votre marketing et à l'aspect commercial, les 30% restant à travailler sur votre entreprise.

A ce moment précis, le public a suffoqué en chœur.

(Oui, cela signifie qu'en tant qu'artiste vous devez toujours consacrer du temps à la création, mais que vous avez intérêt à en consacrer beaucoup plus à l'aspect marketing des choses).

#4 Les médias "sociaux" ne sont pas de "vrais" médias, ou Les médias sociaux n'ont pas d'impact réel sur le monde "réel".

Les journalistes citoyens (blogueurs, podcasteurs, radios en ligne et individus à la tête de grandes communautés de "followers") sont les nouveaux influenceurs. Soyez attentifs aux médias traditionnels: les chaînes de télé vous renvoient en permanence à leur compte Twitter ou leur page Facebook. Certaines d'entre elles font constamment apparaître leur flux Twitter à l'écran (CNN et Fox par exemple).

Les "vrais" médias incitent constamment les téléspectateurs à aller vers les médias sociaux et à y jouer un rôle actif. Et juste comme ça : il existe plus de 200 millions de blogs. Peut être qu'un ou deux d'entre eux voudront bien écrire quelque chose sur vous.

#5 Les médias sociaux, c'est pour les jeunes. Je ne fais pas partie de cette génération là.

Réviser votre jugement : l'âge moyen d'un utilisateur de Twitter est de 39 ans. La classe d'âge qui croît le plus sur Facebook est celle des femmes de 55 à 65 ans. Pourquoi ? Parce que Mamie s'est inscrite pour regarder les photos de son petit-fils, qu'elle s'est rendu compte que ses amis et sa famille étaient actifs sur le réseau, et que... c'est marrant !

#6 Les mises à jour de statuts sur Facebook et Twitter sont débilés. Qui peut bien avoir envie de savoir ce que font les gens en permanence ?

Beaucoup d'artistes ont l'impression que les réseaux sociaux sont faits pour faire de la promo.

C'était le cas à l'époque de MySpace, le premier réseau social qui a tant excité les internautes. Le but principal c'était : de la hype, de la hype de la hype ! Faire de la promo. Ajouter frénétiquement autant d'amis que possible. Et faire péter les compteurs par tous les moyens. Sinon, pas la peine d'espérer intéresser tel boîte ou se faire signer par tel label.

Ceci dit il n'y avait pas encore ces histoires de "mise à jour de statuts".

Du coup, beaucoup d'artistes ont une peur bleue des statuts Twitter et Facebook, parce qu'ils pensent que les gens n'ont rien à faire de ce qui leur passe par la tête.

Comme Twitter contrebalance tout ça et sert plus à se bâtir une communauté qu'à faire sa propre promo, il ne savent pas trop qu'en faire ni ce qu'ils doivent y raconter.

Faites participer tous les membres de votre groupe ! Si ça se trouve, l'un d'eux maîtrise bien Twitter mais ne comprend rien à Facebook. Laissez-les alors mettre toute leur énergie dans ce site en particulier. Vous verrez : quelqu'un qui s'implique sur un site qu'il maîtrise, c'est un gros retour sur investissement garanti.

#7 Je ne suis pas "sociable". En d'autres termes : Je ne veux pas que mes fans connaissent ma vie privée.

Si vous n'êtes pas quelqu'un de sociable, les médias sociaux sont fait pour vous parce que vous êtes derrière un écran, et pas devant d'autres personnes !

C'est vous qui décidez quand et comment répondre à untel, vous avez le temps de réfléchir à ce que vous allez dire, à qui vous allez le dire, sans le stress d'avoir quelqu'un en face de vous qui attend une réponse immédiate.

Ne montrez que ce que vous avez envie de montrer (tout n'est pas personnel !) : les films que vous aimez, les livres que vous lisez, et pourquoi pas les artistes qui vous plaisent ? Vous avez de quoi faire pour commencer.

—

Cet article a été initialement publié en anglais sur **Music Think Thank**.



Retrouvez cet article et bien d'autres sur **OWNImusic**, que nous lançons avec joie ces jours-ci !

Crédits CC flickr **Jenn and Tony Bot**,

1 ping

Artistes: comment dompter les réseaux sociaux? » Article » OWNI ... « Pierre Rouarch le 26 août 2010 - 8:34

[...] *savoir plus* -> Artistes: comment dompter les réseaux sociaux? » Article » OWNI ...
Actu Blogs, Réseaux Sociaux Voir [...]