

ARTISTES, COMMENT FÉDÉRER VOS FANS SUR FACEBOOK

LE 19 JANVIER 2011 PHILIPPE DUPUIS

Quelles sont les bonnes pratiques qui permettent aux grandes stars de la musique de fédérer leur audience sur leur page Facebook ? Philippe Dupuis, e-marketer, nous livre ses conseils pour développer les interactions avec ses fans.

Michael Jackson, Lady Gaga, Eminem, Rihanna, Megan Fox ou **Vin Diesel** sont des stars internationales que vous connaissez certainement. Mais savez vous également que leurs pages Facebook comptent chacune plus de 20 millions de personnes qui aiment ça (Fans) ?

Elles font ainsi partie du Top 15 des pages Facebook. Ces pages sont le parfait exemple qu'un artiste doit devenir une marque pour devenir une star et qu'une marque doit gérer sa relation avec ses fans à la manière d'un artiste pour exister.

Nous sommes donc ici à mi-chemin entre branding et personal branding. Aussi, il est utile d'observer comment ces stars ont pu fédérer d'immenses quantités de Fans en développant leur notoriété puis en gérant leur image et leur e-réputation, dans le contexte d'un territoire de marque bien défini. Voici donc 8 points clés pour fédérer et développer l'audience d'une Fan Page de Star.

Créer une histoire

Avant de faire quoi que ce soit pour se faire connaître, et développer sa notoriété pour fédérer ses Fans autour de sa page Facebook, un artiste doit créer sa propre histoire. Bien entendu aidé de son team, l'artiste doit imaginer son positionnement, ses valeurs, son image, son territoire, ses influences. Il doit aussi délimiter sa sphère publique et sa privée, avant de comprendre comment il va pouvoir se mettre en scène. Pour créer son histoire, l'artiste doit extraire de lui-même ses principaux arguments, son essence principale, sa différence et donc son originalité pour proposer au public ce qui a le plus de chances de lui créer des émotions.



L'artiste doit donc anticiper et créer son storytelling, il doit prévoir la façon dont il va dévoiler sa personnalité et/ou ses œuvres pour rencontrer son public. C'est une phase de réflexion préalable à la phase de séduction.

Lady Gaga qui est sans aucun doute l'artiste vivante la plus connue au monde à l'heure actuelle s'est fait connaître et remarquer en proposant un personnage unique, original, surprenant et imprévisible, en étant provocante sans pour autant dégager aucune

agressivité. Cela a rendu sa "rebel attitude" mainstream et bon enfant.



Une fois son storytelling créé, la première des choses à faire est bien entendu de faire connaître l'artiste auprès de sa cible ou de se rappeler à elle, si l'artiste est déjà connu...



Retenir l'attention avec pertinence

Il est indispensable de retenir l'attention du public avec pertinence. Retenir l'attention ce n'est pas très compliqué, il suffit de faire parler de soi, en bien ou en mal. Cela passe bien souvent par la création d'un buzz : développer le bouche-à-oreille autour d'un artiste.



Mais retenir l'attention avec pertinence c'est plus élaboré, plus complexe. Il faut que le point de contact entre l'artiste et sa cible corresponde, soit compatible avec une stratégie de développement de notoriété ou bien être hyper impactante. Cette entrée en contact doit donc être cohérente avec un début d'histoire qui va se construire à moyen terme ou être si marquante que l'artiste sera immédiatement identifié à l'avenir.

Si l'attention n'est pas retenue, ou bien si elle est retenue sans pertinence, ce sera un coup d'épée dans l'eau car rien ne pourra être construit par la suite.



Quoi qu'il en soit, retenir l'attention avec pertinence implique pour un artiste dans bien des cas d'offrir des contenus.



Offrir des contenus

Quel meilleur moyen pour un artiste de se faire connaître et de faire connaître son talent que de diffuser ses contenus, notamment en profitant de la formidable plateforme favorisant la viralité qu'est Facebook ?

C'est par exemple ce que vient de faire **BOOBA** pour lancer son nouveau clip et relancer l'actu autour de son derrière album, en prenant le soin au préalable de créer un teasing en

attendant la 1ère diffusion à une heure précise.



Diffuser un contenu auprès de ses Fans ou simplement de sa cible permet de donner avant de recevoir, l'artiste va pouvoir fédérer ses Fans et recueillir leurs impressions.



Être à l'écoute de vos Fans

Diffuser un contenu présente de nombreux avantages : l'artiste va générer des réactions, du bouche-à-oreille, de la recommandation entre pairs et le public va pouvoir le juger sur pièce. Pour être en phase avec sa cible, l'artiste doit nécessairement être à l'écoute du public. Sans engouement, l'artiste ne provoquera aucune attente, aucune désirabilité. Plus il suscitera d'engouement, plus il pourra convertir ses cibles en Fans. En donnant avant de recevoir, l'artiste va pouvoir fédérer ses Fans et recueillir leurs impressions pour améliorer, adapter ou ré-orienter sa production, ou bien au contraire, persévérer dans sa direction artistique.

Il est donc indispensable qu'un artiste soit à l'écoute de ses Fans car ce sont eux qui feront ou non son succès. Mais être à l'écoute ne signifie pas pour autant se conformer au desiderata du public. Un artiste doit étonner, surprendre et innover pour créer des émotions.



Etre à l'écoute signifie simplement que l'artiste doit observer les réactions du public. Mais pour aller plus loin, l'artiste a tout intérêt à créer des discussions.



Créer des discussions

Dès lors qu'un artiste parvient à fédérer un minimum de Fans, il a tout intérêt à échanger avec eux. Encore une fois, cela lui permettra de mieux les comprendre et surtout, il créera avec eux un rapport de confiance et d'admiration encore plus fort. Plus ces premiers Fans seront convaincus, plus ils seront vaillants pour aller eux-mêmes évangéliser et recruter de nouveaux Fans. Ils se sentiront investis d'une mission, ils seront les influenceurs et les ambassadeurs de l'artiste.

En outre, créer des discussions génère du débat et donc de la contradiction. Plus une discussion sera ouverte, plus elle aura de chances d'impliquer un grand nombre de Fans déjà conquis ou futurs...



Les discussions permettent aussi de créer une communauté avec des échelons naturels selon l'implication de chaque Fan, une hiérarchie sociale se mettra naturellement en place avec des leaders et des suiveurs.



Bref, la discussion autour d'un thème propre à l'artiste lui sera bénéfique dans bien des cas. Mais il faut bien entendu que cette discussion soit franche et sincère afin de nouer une relation de confiance durable.



Nouer une relation pérenne

En effet, une fois les fans fédérés, il ne faut pas les décevoir. La relation fans – artistes doit se construire de façon pérenne afin que chaque Fan soit susceptible d'être un ambassadeur pour l'artiste. Chaque attention, chaque geste fait en direction des Fans par l'artiste pourra créer un "tsunami d'évangélisation" se soldant par un grand nombre de nouveaux Fans.

Il va de soi qu'une relation pérenne doit se construire dans une confiance réciproque. Aucune trahison ni déception ne sera tolérée sans provoquer de méfiance voire de distance. Les Fans ont besoin d'un artiste fédérateur qu'ils pourront admirer ou auprès duquel s'identifier. C'est LA raison pour laquelle, bien que mort, Michael JACKSON reste l'artiste le plus populaire et celui totalisant le plus grand nombre de Fans sur Facebook.

Michael JACKSON a su créer une relation forte avec ses Fans générant perpétuellement des interactions (bien avant la naissance de Facebook d'ailleurs).

Provoquer des interactions

Sur une page Facebook, il est essentiel de générer des interactions : J'aime / Commenter / Partager. Ces interactions créent de la viralité intrinsèque et déterminent la mise en avant des contenus de la page. Plus un contenu provoquera d'interactions, plus il sera vu, cela accélérera d'autant la croissance de nombre de Fans.

Michael Jackson, Lady Gaga, Eminem, Rihanna, Megan Fox ou Vin Diesel génèrent plus de 20.000 J'AIME et plusieurs milliers de commentaires à chaque publication d'un nouveau statut

Récompensez vos Fans

Enfin, un artiste ne doit jamais oublier ses Fans, il doit aussi souvent que possible les récompenser pour leur fidélité et leur activisme. Un artiste doit donc remercier ses Fans, par

des attentions, des mots, voire des cadeaux. Ainsi pour chaque nouveau titre, clip, chaque nouvelle actu, il doit partager cet instant avec ses Fans.

Cela flattera l'ego des Fans et renforcera leur identification ou admiration. Cela donnera aussi un sens fort au fait d'être Fan de sa page Facebook : pour avoir la primeur ou obtenir des avantages exclusifs ou en avant-première, il faut être Fan.

Pour boucler la boucle, récompenser ses Fans passe souvent par des contenus offerts ...afin de relancer l'actu, etc !

Voici donc 8 points clés permettant aux artistes de fédérer et développer des audiences de Fans très importantes. Tous ces points sont bien entendu transposables à l'univers des marques, à la différence près qu'une marque ne peut pas être autant personnalisée qu'une star...

Cet article a été initialement publié sur **DarkPlanneur**

Phillipe DUPUIS aka **WEBENTERTAINER** est e-marketer spécialiste de la Génération Y.

Crédits photo CC Flickr : joshfassbind.com, [Laughing Squid](#), [escapedtowisconsin](#)

WILLPOWER

le 19 janvier 2011 - 15:50 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*au lieu de créer une histoire, sois une histoire. vie.
en tant qu'artiste, il suffit d'être soi-même, pas besoin de créer de tels idioties.
la cible ? c'est fini ça. arrête avec ton marketing.
c'est applicable à ceux qui vendent des millions d'albums mais pas aux autres de façon logique ou effective.
la connection se fait directement avec les fans, avec de la bonne musique, des bons concerts, et une activité en ligne.
retenir l'attention, tout à fait d'accord !!
et pour le reste de l'article, c'est sur la bonne voix.
merci pour ce partage.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PHILIPPE DUPUIS

le 31 janvier 2011 - 11:38 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*"en tant qu'artiste, il suffit d'être soi-même, pas besoin de créer de tels idioties.
la cible ? c'est fini ça. arrête avec ton marketing."
C'est là où tu te trompes : sans cible, partir à la rencontre du public c'est comme chercher une aiguille dans une meule de foin.
Pour ce qui est d'être soi-même, si tu ne te différencies pas des autres, c'est pareil, comment faire pour retenir l'attention ???
Définir simplement l'image et les valeurs que tu souhaites communiquer (sans pour autant s'inventer une vie), c'est savoir à qui tu vas t'adresser ;-)*

VOUS AIMEZ



1

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

HARRY

le 15 décembre 2011 - 16:55 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Super, merci pour cet article. Elle mentionne de bonne pistes et quelques éléments d'un marketing efficace.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

2 pings

Tweets that mention Artistes, comment fédérer vos fans sur Facebook » Article » OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 19 janvier 2011 - 12:26

[...] This post was mentioned on Twitter by bleupetroleedit and others. bleupetroleedit said: RT @owni: "Artistes, comment fédérer vos fans sur #Facebook?" à lire sur #OWNIMusic <http://bit.ly/hzwUyC> [...]

Artistes, comment fédérer vos fans sur facebook – Le blog musique enregistrée de Tremolino le 11 mars 2011 - 11:12

[...] sur Facebook et l'application Bandpage, voici un article de Philippe Dupuis publié sur OWNIMusic datant du 19 janvier 2011, dont le titre est: « Artistes, comment fédérer vos fans sur [...]