

ARTISTES: DONNER VOTRE ALBUM A DU BON

LE 14 JANVIER 2011 JIM GROBECKER

Le partage de fichiers a déjà changé le paysage musical. C'est maintenant aux artistes de changer le paysage du file sharing. Comment contourner les sites de partage illégaux tout en augmentant votre visibilité ?

Jim Grobecker développe des stratégies marketing pour des artistes et des marques. Il possède **son propre site** et publie également sur **Music Think Tank**

C'est un fait : tout le monde télécharge de la musique gratuitement.

Sean Parker, connu pour être l'un des fondateurs de Napster a récemment **affirmé dans une interview** si l'on "regarde les chiffres, c'est entre 4 et 10 milliards de titres qui sont téléchargés illégalement chaque année, contre environ 4 milliards de téléchargements légaux".

La musique sera toujours présente sur les plateformes de partage de fichiers et les internautes continueront à télécharger de la musique gratuitement, mais pour les artistes, enregistrer est encore plus important qu'avant. Les contenus enregistrés ont une nouvelle raison d'être. En effet, ils ne seront plus une source de revenu directe pour les artistes, mais serviront aux consommateurs de point d'entrée dans la "marque". Les revenus seront générés par les produits dérivés ou les places de concerts, ou encore par le biais de partenariats avec des marques cherchant à s'associer avec des artistes pour relayer leurs valeurs. La solution au problème du partage de fichiers passe par une meilleure gestion de leurs enregistrements de la part des artistes en créant par exemple sur leur site web une page d'entrée (ou landing page) dédiée à l'hébergement des fichiers en téléchargement.



Votre landing page vous veut du bien.

De nombreux facteurs définissent la manière dont les sites apparaissent dans les moteurs de recherche comme Google ou Bing. Jetons un œil aux facteurs de classement les plus importants qui asseyent l'autorité d'un site (classement basé sur le nombre de liens pointant vers votre site et sur la qualité de ceux ci), afin de souligner l'importance d'avoir une landing page contenant un lien de téléchargement gratuit :

- Les **liens entrants** : mènent vers votre site depuis d'autres blogs ou sites. Ces liens sont garants de l'utilité et la réelle valeur de votre contenu. **SEOMoz**, leader dans le domaine du marketing en ligne et des algorithmes de classement, affirme que dans **24% des cas**, le référencement provient de la notoriété globale du domaine, 22% de la popularité du lien sur la page qui renvoie vers votre site, et 20% du texte utilisé dans ce lien. Les liens

représentent donc 66% de la capacité d'un site à apparaître dans les résultats d'une recherche.

Exemple : **Wikipedia.org** apparaît souvent très haut dans les résultats de recherche. Selon le site **Yahoo Site Explorer**, qui répertorie le nombre de liens d'un site, Wikipedia a plus de 8,2 millions de liens, qui plus est de sources très reconnues. C'est pourquoi Wikipedia apparaît dans les premiers résultats de recherche.

- **Mots-clés** : ce sont les termes que l'on utilise pour améliorer le référencement en les incluant dans le titre de la page d'entrée, l'url ou partout ailleurs sur la page. Les mots-clé correspondent à 15% environ des algorithmes de référencement. Gardez à l'esprit que même les mots-clés n'ont pas la même valeur que les liens, vous pouvez les contrôler plus facilement que les liens entrants.

Exemple : tapez "Rival Schools Torrent" dans Google et vous verrez que le premier résultat est un lien vers **la landing page Piratebay.org**. Elle contient les mots "Rival School" dans son titre ainsi que dans l'url ce qui a une incidence sur le référencement de cette page pour cette recherche en particulier.



Les réseaux de partage de fichiers contrôlent les liens de téléchargement gratuit.

Les internautes sont à la recherche de musique gratuite sur la toile, ce qui bénéficie pour le moment aux sites de partage de fichiers. Il y a 6,2 millions de liens vers **Piratebay.org**, 6,4 millions pour **Isohunt.com**, 2 millions pour **Utorrent.com** et 3,8 millions pour **Mininova.org**. Ces liens sont attachés à des noms d'artistes et d'albums qui sont des mots clé que les internautes utilisent pour trouver de la musique en ligne. Pour cette raison, les sites de partages de fichiers sont souvent mieux classés dans les recherches que les sites des artistes eux-mêmes. Il suffit d'une fois pour convertir un fans au téléchargement illégal.

Comment capitaliser sur le partage de fichier contrôlé par les artistes ?

Lorsqu'un artiste crée une landing page dédiée contenant un album en téléchargement gratuit, les meilleurs sont souvent linkés. Plus les artistes seront linkés, plus ils supplanteront les sites de file sharing dans les moteurs de recherche et au final détourneront le trafic de ces sites. C'est le principe du file sharing contrôlé par les artistes, qui bénéficie directement aux artistes individuellement. Prenons un exemple :

Girl Talk, aka Gregg Gillis a sorti un nouvel album intitulé "All Day" le 15 novembre dernier sur le label Illegal Art en tenant compte de ces concepts. Le disque était gratuit et hébergé sur une landing page, donnant ainsi 4 informations intéressantes :

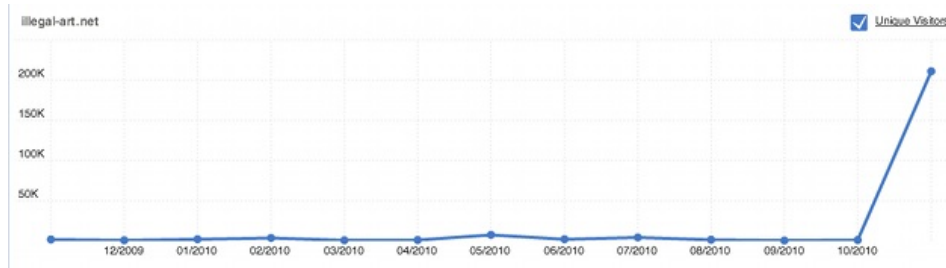
1. **Girl Talk** s'est fait linker 14903 fois. Liens qui, sans landing page, auraient orienté vers les sites de file sharing. Le site de Girl Talk a été mentionné par des sites de référence comme Mashable.com et MTV.com, bénéficiant ainsi d'un meilleur référencement.

2. Hausse considérable du trafic le mois de la sortie. En regardant les statistiques grâce à **Compete.com**, on observe qu'entre mai et octobre, le site avait reçu 3025 visiteurs

uniques. Pour le seul mois de novembre, on est passé à 211 111 VU.

3. Lorsque l'on tape "Girl Talk Download" dans Google, la landing page de GT arrive devant les sites de file sharing dans les résultats de recherche. Cela montre que le recours à ces sites devient inutile. C'est exactement comme ça que les artistes devraient utiliser le partage de fichier.

4. **Les références à Girl Talk sur les réseaux sociaux** ont explosé durant la semaine de sortie de l'album. La semaine du 15 au 22 novembre 2010, on compte 18,5 million de mentions sur Facebook et Twitter, contre 15 tweets la semaine précédente. Ces mentions ont développé la "marque" et encouragé les liens vers le site de l'artiste.



Optimisez votre landing page.

Il est clair qu'un album en téléchargement gratuit attirera les liens et les nouveaux visiteurs. Une landing page bien pensée transformera ces visiteurs en consommateurs. Faites en sorte que cette page soit une meilleure expérience pour l'internaute que les sites de partage de fichiers. Gardez à l'esprit que tout le monde n'attend pas la même chose d'un site web. Chaque visiteur est à un stade différent du processus d'achat. Certains connaissent déjà bien la musique et la "marque", d'autres non. Considérez le processus d'achat comme un entonnoir. Le contenu enregistré est la partie haute de l'entonnoir, et constitue le point d'entrée dans le cycle d'achat et la marque de l'artiste. Une fois dans l'entonnoir vous devez guider le consommateur jusqu'en bas, jusqu'à la vente.

Les visiteurs qui viennent pour la première fois voudront découvrir l'album. Proposez un formulaire d'inscription à une newsletter, des liens vers vos profils sur les différents sociaux (ShareThis propose un tas de très bons plugins et de boutons personnalisables). Cela permettra à vos consommateurs de rester en contact avec vous et de revenir à la landing page lorsqu'ils seront prêts à passer à l'achat. Pour ces visiteurs "revenants" qui sont tombés amoureux de votre musique, il existe une immense opportunité de vendre du merch, des places de concert, et des coffrets exclusifs réservés aux super-fans. Tout cela doit se trouver sur la landing page. De la bonne musique vous permettra de vendre des produits dérivés.

Enfin, optimisez votre landing page en y plaçant des mots-clé spécifiques pour apparaître correctement dans les recherches. Faites une recherche avec "Google Keyword Tool" (assurez vous que vous avez coché l'option "exact match"). Lorsque vous ajoutez des mots clés sur votre site, mettez vous dans la tête d'un consommateur potentiel à la recherche de nouvelle musique. Essayez de voir à quel niveau de résultat arrive la recherche "votre nom torrent". Le mot-clé "torrent" fait l'objet d'environ 151 millions de recherches chaque mois. C'est comme ça que les gens cherchent de la musique sur Internet.

Est ce que le fait de vendre 10€ un album qui de toutes façons se retrouvera sur les sites de file sharing a plus de poids que de l'offrir sur le site de l'artiste, générant ainsi un grand nombre de liens vers ce site ainsi que de meilleurs résultats de recherche, des ventes de merch, de places de concert et une présence en ligne plus efficace et durable ? Le partage de fichiers a déjà changé le paysage musical. C'est maintenant aux artistes de changer le paysage du file sharing.

—

Article initialement publié sur Music Think Tank

Traduction : Loïc Dumoulin-Richet

Crédits photos : Flickr CC **Carlos-maya, niklaswikstrom, randradas**

FABIENNE NOURBAT

le 3 mars 2011 - 14:59 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK

Bien vu ! Etant manager d'artistes, votre article est pertinent et annonceur du



futur de l'univers musical !

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

1 ping

Tweets that mention Artistes: donner votre album a du bon » Article »
OWNImusic, Réflexion, initiative, pratiques -- Topsy.com le 14 janvier 2011 - 17:21

[...] This post was mentioned on Twitter by Loïc DR, Jean-Baptiste Camus. Jean-Baptiste Camus said: Très bon billet sur @ownimusic <http://bit.ly/ec2Y9r> : Comment capitaliser sur le partage de fichier contrôlé par les artistes ? [...]