

ARTISTES, VOUS ÊTES VOTRE MEILLEUR OUTIL MARKETING

LE 8 AVRIL 2011 **ROBIN DAVEY**

Le "Marketing" n'est pas un gros mot ! Surtout quand il est utilisé de manière intelligente et mesurée par le premier concerné : l'artiste lui-même. Soyez au top, ce sera déjà un bon début..

Robin Davey est un musicien, réalisateur de films et producteur né au Royaume-Uni et vivant actuellement à Los Angeles. Avec son groupe **The Hoax**, il a eu les honneurs du British Blues Hall Of Fame à l'âge de 23 ans. Son groupe actuel, **The Bastard Fairies**, a été le premier groupe à proposer son album en téléchargement libre sur internet en 2006. Cet album s'est écoulé à plus d'un million d'exemplaires.

Alors que les artistes rêvent que la musique avec un grand M occupe une place centrale dans l'industrie, dans la réalité, beaucoup d'éléments sont à mettre en place afin de pouvoir lancer une carrière.

Les dirigeants des maisons de disques et certains attachés de presse aimeraient vous faire croire que le grand M c'est pour le marketing. Ils adorent que tout le monde sache que c'est grâce à eux et leur stratégie qu'un artiste a émergé. En réalité, la raison pour laquelle un projet connaît le succès, ça n'est ni grâce au grand M de marketing, ni au grand M de musique mais au grand M de "marketabilité" et cette qualité-là est entre les mains de l'artiste lui-même. Les artistes qui rencontrent le plus de succès, qu'ils soient mainstream ou qu'ils opèrent dans un genre de niche, sont ceux qui savent qu'il s'agit là de la clé pour grandir et vivre de son art.

Trop d'artistes échouent parce qu'ils mettent tous leurs oeufs dans le même panier. Ils négligent certains ingrédients qui, s'ils ne font pas clairement partie de l'équation, conduisent inévitablement à manquer des opportunités et à rater sa carrière.

La sphère dans laquelle vous pouvez faire connaître votre musique est plus large que jamais. Cela peut aller d'une couverture de magazine, à inciter un fan à partager votre dernière vidéo. Un magazine peut toucher des milliers de gens, ainsi inciter un millier de lecteurs à partager votre vidéo sur leurs profils, et le potentiel de la viralité exacerbe la portée de la publication physique.

Les stratégies aussi sont plus ouvertes. Être un artiste des moins "marketables" peut bizarrement se trouver être un très bon outil de marketing, à condition que cette qualité soit utilisée à bon escient. Quoiqu'il en soit, ce sont les artistes qui doivent se montrer malins en étant conscients de ce qu'ils font et de la manière dont ils se présentent. Il n'existe rien de pire pour freiner une campagne qu'un artiste qui n'est pas à l'aise avec la façon dont on le présente.

3 éléments essentiels

Peu importe qui vous aide à marketer votre musique, il existe quelques éléments qui vous aideront à être suffisamment marketable pour apparaître en une de tel ou tel magazine, ou pour que des milliers de fans partagent vos liens sur leurs profils.



1. Vos compétences musicales :

Il existe une raison pour laquelle les footballeurs s'entraînent tout le temps; leur jeu doit rester à la pointe et leur forme demeurer olympique. Si vous souhaitez être un musicien pro, vous devrez adopter la même attitude. Votre esprit, votre voix et vos doigts devront être entretenus et devenir de plus en plus performants. Si vous pensez que votre talent inné suffira à faire votre notoriété, prenez l'habitude de n'être une star que pour vos amis et votre famille.

Quand quelqu'un parle d'une personne pour qui la musique coule de source, il ne fait pas référence à un être plus extraordinaire qu'un autre mais bien à quelqu'un qui a travaillé dur afin d'optimiser son talent, sans jamais baisser les bras. Le résultat de ce travail acharné, c'est que son aptitude à jouer devient naturelle. Nous pouvons tous marcher et parler, parce que nous le faisons constamment, tous les jours. C'est la même lorsque vous jouez d'un instrument ou chantez, vous devez vous plonger dedans dès que vous avez une seconde de libre.

Quand on monte dans un avion, on aime savoir que le pilote a effectué ses heures de formation. Quand vous êtes sur scène, vous êtes le pilote de votre public, et plus vous contrôlez le bon déroulé de leur soirée, plus ils seront réceptifs.

2. Vos compositions

Une bonne composition est un excellent outil de marketing. Quoiqu'il en soit, n'avoir qu'une seule composition géniale, sans en avoir d'autres pour la soutenir, c'est se promettre une brillante carrière dans le karaoké plutôt qu'un succès aux VMA's (MTV Video Music Awards, la grande cérémonie musicale de la chaîne aux Etats-Unis, ndt).

Tout comme l'apprentissage de la musique, la composition prend du temps afin de trouver le bon équilibre. Si par hasard il vous arrivait d'écrire et de sortir une chanson efficace trop tôt, elle pourrait condamner votre carrière à jamais. Plus vous écrivez, plus votre musique deviendra sincère et vos compositions meilleures. Trop d'artistes ne dépassent jamais le stade de l'imitation. Ils s'arrêtent de travailler pensant qu'ils ont découvert une formule qui leur permet de rencontrer leur public. Quand cette formule ressemble indéniablement à celle de quelqu'un d'autre, on peut trop souvent croire à tort qu'elle est marketable. Ce n'est pas le cas, car les gens sont capables d'entendre la différence. Même s'ils ne réussissent pas à vous le dire avec des mots, ils vous le feront comprendre en n'investissant pas à long terme sur vous et votre art.

Vous devez vous forger votre identité propre, sans quoi la comparaison avec Bob Dylan deviendra vite "il n'est qu'un Dylan de seconde main" et ça n'est pas bon pour votre carrière. Être comparé à d'autres, c'est bien, mais si tout ce que vous pouvez faire c'est d'être comparé, vous ne tiendrez pas longtemps.

Ecrire vos propres chansons et être capable d'en écrire pour d'autres augmente

considérablement votre marketabilité. Les collaborations sont très utiles quand il s'agit de séduire les fans des autres. Pas besoin de vous fixer tout de suite l'ambition d'écrire pour Lady Gaga; ça peut être pour un groupe local. Toute collaboration augmentera votre visibilité et votre marketabilité.



3. Votre image

Comprendre ce qui vous va et vous met en valeur demande beaucoup d'implication de votre part. Il est très important que vous travailliez sur ce point. Ce n'est pas parce que vous réussirez à vous faire habiller par un super styliste pour une séance photo que vous n'aurez pas l'air de rien le reste du temps. Si vous savez ce qui vous va, vous pourrez tirer le meilleur de votre collaborateur sur ce point.

Pas la peine d'en faire des tonnes, pas la peine de vouloir choquer à tout prix, mais soyez d'être honnête et convaincant. Nirvana portait des jeans et des t-shirts déchirés, et les ados adoraient ça parce que ça leur semblait "vrai" et en cohérence avec leur style musical. Madonna a repoussé les limites de son époque avec succès parce qu'elle le faisait sans s'excuser. Tom Waits continue à jouer sur le personnage qu'il s'est créé, ce qui renforce son côté "authentique".

Il n'y a pas de règle établie, mais si vous êtes un diplômé d'université originaire des Hamptons (lieu de villégiature très uppé et prisé de la côte est des Etats-Unis, ndt), et que vous essayez d'incarner un vagabond californien, peut-être vous faut-il réviser votre stratégie. La meilleure façon d'être crédible est, comme je l'ai dit auparavant, d'être honnête. Si vous aimez faire semblant d'être quelqu'un d'autre, je vous conseille de devenir acteur. Au cas où vous ne seriez pas au courant, l'industrie de la musique ne paie pas très bien ces temps-ci, et la concurrence est féroce.

Le temps nous dira si le défilé de mode permanent de Lady Gaga donnera quelque chose sur sa carrière à long terme. Peut être que dans dix ans, en voyant un best of des années 2010 à la télé, on se dira "ah oui je me souviens d'elle, je crois qu'elle tient un karaoke dans le Texas, maintenant". L'image de Gaga est clairement "marketable". Est-elle durable pour autant ? C'est une toute autre question...

Pour conclure

L'honnêteté et le talent seront toujours les grands vainqueurs. Bien sûr, certains ont réussi dans le business de la musique et eu un minimum de succès pour de mauvaises raisons, mais il est de plus en plus rare que ce soit le cas. Vous voulez être célèbre ? Faites de la télé réalité, vos quinze minutes de gloire n'attendent que vous.

Vous voulez devenir un musicien à succès ? Dans ce cas, il faut vous accrocher. Comprendre qui vous êtes, pourquoi vous êtes comme ça, comment véhiculer tout cela au mieux etc. Cela demande du temps, de l'acharnement et, oh oui, une put*** de dose de boulot !

—

marketability” et traduit par Lara Beswick et Loïc Dumoulin-Richet

Crédit photos : **Jinx!**, **Skip The Filler**, **agirregabiria**