

# DIS, C'EST QUOI UNE BONNE STRATÉGIE MUSICALE DIGITALE?

LE 27 MARS 2010 VIRGINIE BERGER

Sur Don't Believe The Hype, Virginie Berger publie un livre blanc de la bonne stratégie digitale applicable par n'importe quel groupe de musique. Après avoir asséné quelques vérités bien senties aux maisons de disques, elle passe à la pratique, et livre une série de conseils essentiels.

**C'est quoi être un artiste en 2010? C'est quoi une maison de disques en 2010 ? Une maison de musique ? Une maison de musique enregistrée ?** Comment définir et travailler le music marketing dans un environnement en constante évolution ?

Tout d'abord, vous ne pouvez pas vous lancer dans la moindre action marketing, même la plus petite, sans **définir au préalable vos objectifs**. Je ne vous parle pas d'un business plan sur cinq ans mais juste que vous définissiez les résultats que vous attendez de votre action. Quel est l'objectif derrière votre action ? Améliorer votre présence online ? OK, mais pourquoi ? Tournées ? Être signé ? Vous voulez vendre des disques, du merchandising, des tickets ? Combien ? Et pourquoi êtes-vous sur Twitter ? Qu'est ce que vous en attendez ? (**Mon article sur le sujet**)

On assiste en ce moment à une **pléthore d'actions dans l'industrie de la musique**. Mais au final, pour quel résultat ? Est-ce que le temps passé dessus n'est pas plus important que les résultats finaux de l'action ?

La plupart des gens frustrés par leurs résultats online ont souvent confondu tactiques et stratégie. C'est-à-dire qu'ils ont privilégié les actions avant de définir le pourquoi cette action. Je me répète, mais **un objectif FLOU, ça donne une connerie PRÉCISE** (copyright papa@virberg).

Avant de démarrer, rappelez-vous bien quelques petites choses :

- Les fans ne veulent pas seulement rentrer en connexion avec votre musique, ils veulent que VOUS rentriez en connexion avec eux
- Les trois étapes de votre développement sont : attirer l'attention, rentrer en connexion, et monétiser
- La seule manière de concurrencer la gratuité, c'est de rajouter de la valeur à ce que vous faites et enfin Cwf + RtB =\$\$\$ (Connect with Fans + Give them a reason to buy = monétisation).
- Pourquoi attirer l'attention et se connecter à ses fans ? parce que **le plus gros problème de l'industrie du disque actuellement, ce n'est pas le prix, c'est les milliards de contenus existant partout**. Plus personne ne sait quoi écouter et où. D'où la nécessité d'être visible et de se créer une communauté pour pouvoir monétiser.

**Vous ne pouvez pas forcer les gens à rentrer dans une relation**. Vous devez leur prouver, quotidiennement, que ça vaut le coup.

Dîtes-vous bien également que **vous ne devez pas faire TOUT ce que je décris**. Il faut vous concentrer sur ce qui est important pour vous, au regard de vos objectifs.

« Et la musique alors ? » me direz vous. Bien sûr, la musique est à la base de tout. L'artiste doit pouvoir proposer une musique que quelque part, quelqu'un aura envie d'écouter.

Bon maintenant, passons aux choses sérieuses : **qu'allez vous apprendre dans cet article ?**

- Si vous n'avez pas de site web alors que vous êtes un groupe, vous avez raté votre carrière
- Myspace c'est "sooo 2004", mais pourquoi ce n'est pas ridicule de créer sa page
- Facebook d'accord, mais pourquoi ?

- Connaître ses fans, c'est important, mais quels sont les meilleurs sites d'analyse de données ?
- Pourquoi s'inscrire sur Bandcamp ? Parce que c'est comme s'inscrire sur MySpace mais en mieux.
- Sur Youtube, tu n'es peut-être pas Lady Gaga mais apprend comment toi aussi tu peux faire un milliard de vues.
- Pourquoi l'email et la newsletter restent une arme de séduction massive ?
- Twitter, l'outil dont personne ne se sert mais qui touche tout le monde
- Flickr, Wikipedia, Deezer, Spotify... ce n'est pas parce qu'ils ont des noms bizarres que vous ne devez pas vous en servir !
- Le SEO (search engine optimization) n'est pas une maladie, c'est même un médicament

Cet article (livre blanc ?) devenait donc un peu trop long et lourd pour le blogger. Donc pour plus d'utilité, j'ai pensé qu'il était plus simple de le laisser en téléchargement (gratuit) par **ici**. Vous pouvez également le retrouver "embedded" juste en dessous.

En plus, je peux mettre des images comme ça. Et les images, c'est bien.

Sinon, en échange du téléchargement gratuit, j'accepte bien évidemment les donations. En espèces, voire en nature, voire en granola.

—

**Des questions ? [virberg@gmail.com](mailto:virberg@gmail.com)**

**Retrouvez moi sur :**

**[www.twitter.com/virberg](http://www.twitter.com/virberg)**

**<http://www.slideshare.net/virberg/cest-quoi-une-bonne-strategie-musicale>**

**Énormes remerciements publics à Olivier Ravard (@MrOlivier) de [www.wherismysong.net...](http://www.wherismysong.net...)**

Photo CC Flickr **nestor galina**

**> Article initialement publié sur Don't Believe The Hype**

---

**LOICDEB**

le 31 mars 2010 - 13:24 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Félicitations pour cet excellente étude tirée de l'expérience je suppose dont je partage les principaux éléments.  
Et pour mettre toutes ces idées en pratique et coacher un groupe et son équipe de promotion, il est possible d'envisager une offre de prestation ? Confirmer la théorie par des résultats concrets serait encore plus probant. thanks !*

[WORDPRESS HASHCASH] The poster sent us '0 which is not a hashcash value.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**JEAN-DAVID ROTH**

le 28 février 2011 - 0:55 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Bonjour, je n'ai pas réussi à télécharger le livre blanc, car le lien nous fait arriver sur un endroit où il est dit qu'on ne le trouve pas.*

*Mais j'ai trouvé ailleurs la version anglaise.*

*Merci beaucoup cette dernière qui a l'air très intéressante.*

*Il se peut que la version française soit aussi accessible ailleurs, d'ailleurs.*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

**1 ping**

Les tweets qui mentionnent owni] Dis, c'est quoi une bonne stratégie musicale digitale? -- Topsy.com le 27 mars 2010 - 22:05

*[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par [Enikao], damien douani, Guillaume Ledit, Aurélien Fache, Catherine Ertzscheid et des autres. Catherine Ertzscheid a dit: RT @LeGuillaume: RT @Donjipez: Dis, c'est quoi une bonne stratégie musicale digitale? @virberg <http://bit.ly/dBleiC> [...]*

[WORDPRESS HASHCASH] The comment's actual post text did not contain your blog url ( <http://owni.fr/2010/03/27/dis-c-%e2%80%99est-quoi-une-bonne-strategie-musicale-digitale>) and so is spam.