

POURQUOI LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT VITAUX POUR LES ARTISTES

LE 23 FÉVRIER 2011 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.



Cet article a été initialement publié en anglais sur **Music**

Think Thank et repéré par **OWNMusic**.

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 boite 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.

Vous pouvez retrouver les autres articles associés: **Facebook, keep it simple** et **Medias sociaux : objectif thune**

Image de Une: Copyright Fotolia

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

AJOUZEAU

le 23 février 2011 - 9:19 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Excellent article! Je reconnais bien là le discours de nombreux artistes que j'ai rencontré.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BOB

le 23 février 2011 - 9:46 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



le ministère de la culture a réduit la culture à la question artistique, owni.fr réduit la question artistique à la question musicale...

pfff...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

PAUL

le 23 février 2011 - 11:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



D'accord, pour connaître le succès immédiat, il faut consacrer 30% à la création, 70% à la communication... ça ne me paraît pas stupide. Ce que font parfaitement les

Bieber et autres Gaga.

Maintenant, je me demande ce qu'aurait donné un Hendrix, un Miles Davis, ou un Django amputés de 70% de leur temps de travail musical, reconverti en marketing.

Pas sûr que Voodoo Child (<http://www.youtube.com/watch?v=V8QCmIRobHA>) eût vu le jour, et qu'il eût conservé, même 40 ans après sa naissance, ce son toujours aussi démentiel...

Avis aux amateurs...!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

MARC

le 23 février 2011 - 13:22 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



oldlink

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

YOPI

le 13 juin 2011 - 13:51 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Je vous invite à aller faire un tour sur <http://winky.fr>. Réseau social pour artistes, 100% français, regroupant les avantages de myspace (profil perso), soundcloud (lecteur exportable) et facebook (mur de commentaires, ...), le tout de manière très ergonomique. C'est un réseau développé bénévolement par un étudiant, qui a le mérite de se faire connaître !

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

10 pings

Les tweets qui mentionnent Pourquoi les réseaux sociaux sont vitaux pour les artistes » Article » OWNI, Digital Journalism -- Topsy.com le 23 février 2011 - 8:58

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Anne-Sophie, Herve Le Duc, Arno Guittard, Léa PANAMA, God Saves The Rock et des autres. God Saves The Rock a dit: Un article bien construit que je vous invite à lire, surtout si vous avez un groupe !!! ;-)
<http://fb.me/tPtZLZH6> [...]

Pourquoi les réseaux sociaux sont vitaux pour les artistes – Le blog musique enregistrée de Trempolino le 23 février 2011 - 11:34

[...] Démontage en règle des fausses excuses qu'on se donne pour ne pas les utiliser. A lire tout de suite ici [...]

Facebook: Keep It Simple! » Article » OWNI, Digital Journalism le 23 février 2011 - 12:14

[...] pour percuter que les conversations entre individus pouvaient s'avérer bankables. Pourquoi les réseaux sociaux sont vitaux pour les artistes Le 23 février 2011 Écrit par Ariel [...]

Médias Sociaux: Objectif Thune? » Article » OWNI, Digital Journalism le 23 février 2011 - 13:02

[...] : tic tac tic tac Nerds, Geeks, c'est fini : voici venu le temps des "Social Heros" Pourquoi les réseaux sociaux sont vitaux pour les artistes Comment fonctionne Google Social Search Macro Mignon Apple, première marque désengagée des réseaux [...]

Semaine 5 sur MyMajorCompany Books +3 nouveaux chapitres « Neil's blog le 23 février 2011 - 14:46

[...] un article très intéressant pour savoir si les réseaux sociaux et les artistes font bon ménage sur OWNi. [...]

Sélection d'articles sur les artistes indépendants et le web musical (du 18 au 25 Fev 11) TE/MS le 25 février 2011 - 19:09

[...] Les bons conseils d'Ariel Hyatt pour aider les artistes mal à l'aise avec les réseaux ... [...]

« Born this way , ou comment créer le buzz sur le web ! « EntertainD le 8 mars 2011 - 7:21

[...] marketing web bien rodées. Biens sûr, tous les artistes utilisent maintenant le web et les médias sociaux, qui sont devenus vitaux pour s'assurer le succès. Mais là où la Reine de la pop brille, [...]

Le blog de MonArtiste | analyse les nouvelles pistes de financement le 30 août 2011 - 12:07

[...] : owni Tags: art contemporain, Art et artistes, communautaire, économie, financement participatif, [...]

Facebook: Keep It Simple !! Damien Van Achter le 9 avril 2012 - 23:39

[...] pouvez retrouver les autres articles associés: Pourquoi les réseaux sociaux sont vitaux pour les artistes et Medias sociaux : objectif thune Image de Une: Copyright [...]

Médias Sociaux: Objectif Lune | Damien Van Achter le 8 octobre 2012 - 1:10

[...] Vous pouvez retrouver les autres articles associés: Facebook, keep it simple et Pourquoi les réseaux sociaux sont vitaux pour les artistes [...]