



**Utilisez  
la puissance  
d'internet**

**POUR DEVELOPPER VOTRE  
CARRIERE MUSICALE**

Introduction et extrait de l'ebook:  
«Promouvoir votre musique sur internet», offert par:  
[www.paguja-ebook.com](http://www.paguja-ebook.com)

## NOTE JURIDIQUE

L'éditeur s'est efforcé d'être aussi précis et exhaustif que possible dans la création de ce rapport, bien qu'il ne garantisse pas, que le contenu soit exact en permanence en raison de l'évolution rapide d'Internet.

Bien que toutes les informations fournies dans cette publication aient été vérifiées avec la plus grande attention, l'éditeur n'endosse aucune responsabilité quant aux erreurs, omissions ou interprétations contradictoires concernant le sujet de ce document. Tout affront à une personne particulière, gens ou organisations serait involontaire.

Ce livre n'est pas destiné à être utilisé comme source d'ordre juridique, commerciale, comptable ou financière. Les lecteurs sont invités à recourir aux services de professionnels compétents dans le domaine juridique, comptable, entrepreneurial, et financier.

# TABLE DES MATIÈRES

De l'Ebook COMPLET«Promouvoir votre musique sur internet»,

INTRODUCTION.....	5
1-Le pouvoir du social / viral marketing.....	6
Qui a réussi?.....	7
Le terme de “Buzz”.....	8
Les avantages du marketing viral.....	9
Le viral et la musique.....	10
2- Qui a fait fureur musicalement sur Internet?.....	11
Ok Go.....	11
Make The Girl Dance.....	13
Justice.....	14
Tay Zonday.....	14
Radiohead.....	15
Sick Puppies.....	16
3-Schéma sur la visibilité.....	17
4-Faire son propre site Internet.....	19
L'écriture HTML.....	19
Logiciels WYSIWYG.....	19
Sites Internet préconçus.....	20
Choisir votre nom de domaine.....	20
Héberger votre site Internet.....	21
Transférer le site (logiciels FTP).....	22
5-Mettre sa musique sur Internet et gérer ses copyrights.....	22
Streaming et téléchargement.....	23
Copyrights et droits d'auteur.....	23
6-Règles marketing de base.....	24
Musique.....	25

## DEVELOPPEZ VOTRE CARRIERE MUSICALE GRACE A INTERNET

---

Visuel.....	26
Littéraire.....	27
Personnage.....	27
Événementiel.....	28
7-L'optimisation des moteurs de recherche.....	29
8-Découvrir les podcasts et les radios en ligne.....	32
9-Comment vendre ses albums?.....	34
Vendre sur ses sites officiels.....	34
Vendre sur des plate-formes de téléchargement.....	35
10-Créer des contacts.....	37
Qui contacter?.....	37
Comment faire?.....	38
11-L'importance de la liste de contacts.....	39
Liste de contacts officielle par courriel.....	39
Liste de contacts par sites de réseautage.....	40
Quoi envoyer?.....	40
Quand envoyer?.....	41
12-Gérer ses articles de presse, ses photos, ses vidéos.....	41
13-La nouvelle ère de la musique sur Internet.....	42
14-Schéma sur les statistiques Internet.....	45
15-Les 5 comptes Internet absolument essentiels .....	49
Facebook.....	49
YouTube.....	52
Wikipedia.....	53
Twitter.....	54
MySpace.....	56
CONCLUSION: CRÉEZ LE BUZZ, SUIVEZ LA VAGUE!.....	59
LISTE DE SITES INTERNET RESSOURCES .....	60

## NOTE DE L'ÉDITEUR

Nous vous recommandons de lire cet eBook avec la dernière version d'ACROBAT READER que vous pouvez télécharger gratuitement en cliquant sur ce lien: <http://www.adobe.fr/products/acrobat/readstep.html>

Vous aurez ainsi accès à la bande verticale noire à gauche de la fenêtre du PDF ainsi qu'aux liens cliquables de la table des matières. Vous pourrez également visualiser toutes les pages de cet eBook.

En effet, grâce au logiciel gratuit Acrobat Reader, votre lecture peut devenir interactive. Ce programme vous offre, en effet, une multitude d'outils tels que: recherche de mots, liens hypertextes, zooms, etc... A travers Acrobat Reader, vous entrez dans l'ère du numérique!

Exemple: le simple fait de cliquer sur un numéro de page de la Table des matières, vous permettra d'être conduit, directement, au passage correspondant. Il n'est plus nécessaire, ainsi, de «feuilleter» l'ouvrage pour retrouver le texte que vous recherchez. Un simple clic suffit!

De nombreux liens vous permettront d'atteindre, d'un seul clic, bon nombre de sites que nous avons trouvé pertinents et qui, manifestement, sont de nature à nourrir votre réflexion.

Nous vous souhaitons une agréable lecture.

## A PROPOS DE L'AUTEURE



Opale Lavigne a grandi au Québec entre la ville et la campagne. Ses nombreux changements d'atmosphère et ses expériences personnelles lui ont permis de développer, dès son plus jeune âge, une affection toute particulière pour les arts comme moyen d'expression.

Elle entreprend en 2004 ses études en Communication à Montréal. Son projet vidéo-documentaire scolaire, Variations sur un temps, exposant des informations relatives au changement climatique encore inconnues du public et bénéficiant d'une bande-son originale, remporte plusieurs prix et introduit Opale à l'univers du journalisme.

Son désir d'apprendre allant grandissant, elle se lance ensuite dans des études de Création Littéraire à l'UQÀM où elle rencontrera les futurs-membres de ce qu'ils ont appelé l'Atelier d'Écriture Mercredi.

Cette expérience lui permettra de laisser éclore sa créativité et de participer à un projet d'auto-publication de recueil de nouvelles où elle tiendra le rôle d'éditeur sous Mercredi Éditeur, ainsi que d'auteure.

Le lancement de [Croque-Nouvelles](#) fut un franc succès et des projets de seconde édition flottent dans l'air.

L'écriture et la musique faisant maintenant partie intégrante de sa vie personnelle, Opale écrit à ses heures des articles qui seront ensuite publiés dans divers journaux et magazines culturels renommés à Montréal dont le [Journal Voir](#) et l'[Urbania](#).

Sa spécialisation étant la musique et ayant travaillé durant deux ans au sein de l'industrie publicitaire musicale, elle participe de très près à plusieurs événements culturels et projets musicaux de par le monde.

La promotion, l'innovation, l'expérimentation ainsi que le côté ambiance et mise en scène ne sont que quelques passions dont Opale explore toutes les facettes lors de la réalisation de projets.

Tout en voyageant pour nourrir son imagination.



## INTRODUCTION



La communauté internaute, c'est 1.5 milliards de personnes pouvant répandre de l'information trouvée sur Internet et ce, avec des gens qui ont ou n'ont potentiellement pas contact avec ce média.

C'est 1.5 milliards de personnes sur tous les continents, susceptibles de découvrir et d'apprécier ce qu'un autre internaute peut partager sur la toile. 1.5 milliards de personnes pouvant travailler à promouvoir un artiste, d'une façon ou d'une autre, et assurer sa reconnaissance. Internet et sa communauté, c'est 1.5 milliards de personnes qui peuvent **vous** aider et **vous** appuyer dans vos démarches artistiques.

L'Internet a, depuis plusieurs années maintenant, gagné beaucoup de terrain dans sa concurrence contre l'industrie du disque physique. Grâce à la puissance mondiale encore jamais inégalée de ce média et grâce à sa facilité d'accès à tous, il est primordial pour tout artiste désirant se faire valoir d'utiliser le support Internet comme plate-forme de lancement au niveau promotionnel.

Vous découvrirez au fil des chapitres comment bâtir votre carrière musicale en ligne et ce, sur la base de 3 grandes règles à ne pas négliger :

- Il faut se mettre en position de se faire voir. Cibler un public.
- Il faut se faire des contacts; autant entre groupes, journalistes et gens du milieu, qu'avec les fans.

- Il faut vendre disques et dérivés, puis faire la publicité nécessaire.

Au cours de votre lecture, vous apprendrez à mettre en valeur votre musique et à penser professionnellement sur les différents supports Internet qui vous seront présentés. Vous apprendrez à mieux connaître l'univers de possibilités qui s'offre à vous, ainsi qu'à provoquer les bonnes opportunités pour bénéficier de toutes les chances dont vous avez besoin.

Avec les outils qui vous seront fournis, non seulement vous saurez parfaitement comment mettre en valeur votre musique sur Internet, mais vous saurez également comment utiliser ce support comme plateforme de lancement en appliquant toutes ces idées dans votre carrière de tous les jours.

## LE POUVOIR DU SOCIAL / VIRAL MARKETING



Le marketing viral est une forme de publicité numérique dite interactive puisqu'il s'agit d'une diffusion à laquelle l'internaute contribue directement. Cette propagation de l'information via Internet repose presque essentiellement sur le destinataire plutôt que sur la source en question puisque le mot se passe de "bouche à oreille" sur la toile, et donc, l'auteur n'a rien à faire si ce n'est de créer un concept choc et d'attendre les résultats.

Bien sûr, comme l'internaute est au cœur de la propagande, pour y gagner une visibilité importante, la publicité doit être accrocheuse et donner envie aux gens de la partager avec leur entourage.

Qu'elle soit sous forme de bannière dynamique, de module téléchargeable, d'application pour site Web, de courriel ou, plus

communément, de vidéo, la publicité devra impérativement répondre à quelques règles afin d'assurer sa distribution:

- offrir un contenu intéressant;
- bien connaître sa cible ainsi que ses porte-voix;
- avoir un ton décalé, original et flexible;
- susciter étonnement et intérêt;
- éviter toute forme de spam.

Un concept de publicité virale mettant en avant-plan un bon produit et faisant en sorte de toucher le public potentiel ne peut que fonctionner s'il est bien maîtrisé.

Gardez-en tête que vous avez toujours besoin d'alliés et que toutes les autres plate-formes et/ou acteurs du moment peuvent vous venir en aide. Osez les approchez, s'il le faut.

## QUI A RÉUSSI?



Dove a misé sur son habituelle représentation de la femme courante pour promouvoir le Fonds de l'Estime de soi Dove/Unilever (Dove Campaign for Real Beauty) en abordant aussi un sujet d'actualité alors très controversé: la beauté "Photoshopée". [Évolution](#) montre une femme ordinaire se faire embellir par une multitude de moyens afin de voir le résultat final en affiche publicitaire de grande ville.

Public bien ciblé, idée innovante, rythme entraînant, musique agréable, sujet d'actualité, et surtout, message frappant sans être omniprésent tout au long de la vidéo.

Voilà comment Dove a pu atteindre un chiffre de 3 millions de visionnement en seulement un mois et ainsi bénéficier d'une importante couverture médiatique ailleurs que sur le Web. Même les vidéos-réponses d'autres internautes parodiant Évolution ont fortement contribué à sa popularité.

Outre les sujets d'actualité, l'humour et le sexe sont aussi de bons vendeurs en matière de publicité virale. Pensons seulement à Budweiser et sa fameuse publicité [Wassup](#), Victoria's Secret avec [What Is Sexy?](#) ou encore les vidéos bannies de [7Up](#) ou [Levi's](#) bénéficiant d'une seconde vie sur le net.

Comme on dit: «Parlez-en en bien, parlez-en en mal; l'important, c'est que tout le monde en parle.»

## LE TERME DE «BUZZ»



Si le terme de «buzz marketing» ou de «cyberbuzz'» est également souvent utilisé pour désigner le marketing viral, c'est que tout comme le bourdonnement d'un insecte (en anglais : «buzz»), on entend souvent le bruit avant d'en voir la provenance.

Il n'est donc pas rare que certaines grosses compagnies créent le bruit de fond médiatique quelques jours, voire quelques semaines ou mois, avant la sortie d'un produit.

C'est d'ailleurs ce qu'a fait l'équipe du film «The Blair Witch Project» (1999) en concevant un [site Internet](#) préalablement à la sortie du film. Le site renforçait le doute du public quant à savoir si l'œuvre en

était une de fiction ou un réel documentaire; l'engouement et l'intrigue fut telle que la page en question reçût non moins de 75 millions de visites.

Le monde entier parla du film, et il généra finalement plus de 248M US\$ pour seulement 45 000 US\$ de budget initial global. Ce projet a dès lors été considéré comme le plus impressionnant coup de marketing viral sur le support Internet.

## LES AVANTAGES DU MARKETING VIRAL



Le marketing viral est le moyen **le moins coûteux, souvent même gratuit**, d'obtenir une visibilité. C'est également le seul moyen instantané de faire de la publicité et comme la réaction est immédiate, il se crée une **relation étroite entre le public et l'annonceur**; ce dernier pouvant réagir très rapidement à la demande.

L'hyperlien, pouvant presque toujours être utilisé en cas de publicité virale, donne un accès direct à n'importe quelle page sur le net sans que le destinataire n'ait à chercher, et puisque **c'est rapide et facile**, l'effet pyramidal qui s'ensuit n'est nullement comparable à celui généré par un autre support publicitaire.

En quelques minutes seulement, **l'information Internet peut faire le tour du monde** alors qu'avec la télévision, la radio ou la presse écrite, par exemple, cela peut prendre tout au mieux quelques heures et très souvent quelques jours.

De plus, **certains médias traditionnels appuient dorénavant la publicité virale** en partageant les phénomènes du moment qui surviennent sur Internet, renforçant donc la notoriété de la toile et élargissant son horizon vers les gens qui n'y ont pas accès.

Un autre avantage que possède ce type de publicité, sûrement le plus grand, c'est que **tout le monde peut en faire**.

Nul besoin d'être un professionnel ou d'avoir à sa disposition des outils qui le sont. Avec une idée intéressante et un produit à promouvoir, le marketing viral Internet est immédiatement accessible. En fait, aucun autre support ne possède, à l'heure actuelle, autant d'atouts que celui-ci.

## LE VIRAL ET LA MUSIQUE



Ces autres supports ne peuvent offrir également une promotion musicale aussi riche.

Aujourd'hui, avec une émergence de sites web tels MySpace, YouTube et autres plate-formes de réseautage à portées musicales, nous pouvons constater la venue d'une grande vague de publicité à des fins promotionnelles non plus de produits, mais maintenant d'artistes.

Ils peuvent dès lors s'attaquer à un public élargi se trouvant n'importe où sur la planète puisque Internet sert de passerelle entre les artistes et le public, mais aussi entre les pays, entre les différentes classes et cultures, et favorise la liberté d'expression ainsi que la possibilité d'anonymat si besoin est.

De nos jours, ce moyen d'expression prend le pouvoir sur les autres médiums en possédant aussi l'avantage du contact aisé entre internautes. La popularité des sites de réseautage démontre sans aucune ambiguïté les proportions que prend le contact virtuel sur la plate-forme Internet.

Tous les sites offrant la possibilité d'échange entre les internautes bénéficient d'un taux de visites régulières beaucoup plus élevé que les autres sites où le contact ne se crée pas.

C'est donc grâce à ce réseautage reliant tous les internautes entre eux qu'il devient extrêmement facile de cibler son public pour faire sa promotion musicale et en plus, ces liens entre les gens permettent ensuite une communication de l'information de façon également ciblée.

Vous visez alors le public avec votre concept, puis le public vise son public, qui lui vise le sien et au bout du compte, le public de votre public de base devient le vôtre.

Sans trop faire d'effort, vous obtenez une visibilité inespérée en un rien de temps, sans dépenser des fortunes, en étant à jour sur les développements et sans être confinés à une simple région et/ou groupe de personnes.

## SCHÉMA SUR LA VISIBILITÉ



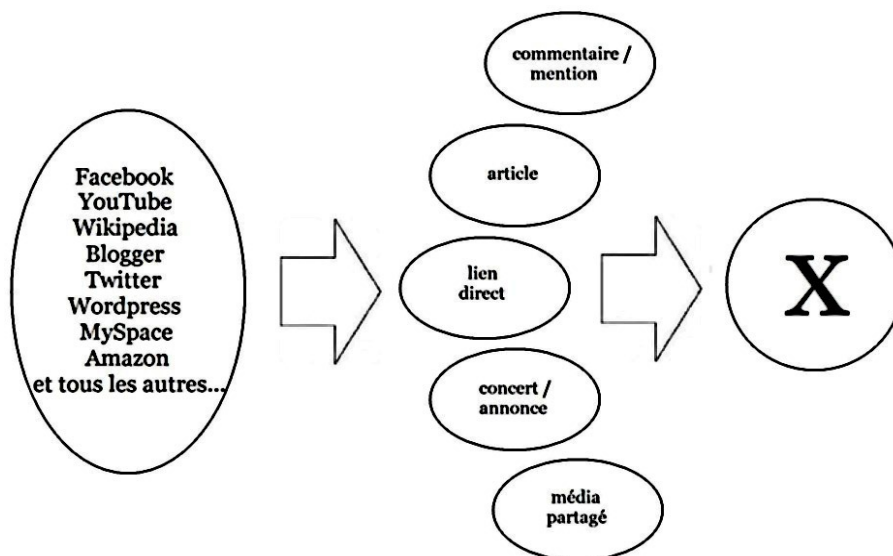
Le schéma ci-dessous démontre clairement l'importance de se créer un réseau de contact étendu afin d'obtenir le maximum de visibilité. Effectivement, plus vous serez présents sur la toile, plus grandes seront vos chances de vous faire valoir.

Lorsqu'un internaute se rend sur un site Internet, il se trouve en position d'être bombardé d'information de toute part. Peu importe le site sur lequel il se trouve alors, que ça soit un géant du net (mentionnés ci-dessous) ou un site moins fréquenté, cinq façons peuvent amener l'internaute à découvrir votre musique:

- un commentaire / une mention de votre travail;

- un article journalistique;
- un lien direct vers votre page officielle ou autre;
- une annonce de concert / de venue;
- une photo / vidéo / fichier audio partagé directement sur une page.

Votre promotion se fait donc sans efforts constants puisque votre public allant grandissant, les fans se chargeront de partager leur enthousiasme et ainsi de répandre vos liens à la façon du marketing viral.



Le but étant, bien entendu, d'avoir le plus d'éléments possible pointant dans votre direction et comme l'Internet s'étend à l'infini, se transforme et évolue à une vitesse fulgurante, il est aisé de toujours mieux promouvoir votre musique de cette façon.

## RÈGLES MARKETING DE BASE



Avant d'attirer l'œil du public, il faut d'abord savoir à qui s'adresser.

Les règles ne seront pas les mêmes d'après le style de musique que vous faites et les objectifs visés.

Posez-vous la question à savoir quel est votre public potentiel; découvrez où le trouver sur Internet et comment l'attirer vers ce que vous faites. C'est souvent assez simple puisqu'en général, votre public va vous ressembler, et c'est justement là qu'il ne faut pas faire l'erreur d'être trop pointus.

En étant trop chargé de connotations de toutes sortes, vous risquez d'en faire fuir certains. Si votre but est d'obtenir un public large et pas nécessairement homogène, ne forcez pas trop sur les thématiques.

L'atmosphère est le premier contact qu'aura le public avec l'artiste. C'est la première impression alors il est très important de ne pas négliger cet aspect et ce, dans sa totalité.

Afin de stimuler l'imagination de votre public, deux sens se présentent comme une évidence: l'ouïe et la vue. Ils sont les plus présents dans le monde de la musique, mais aussi ceux qui offrent le plus de possibilités alors n'hésitez-pas à faire preuve d'originalité.

## MUSIQUE



C'est au niveau de la musique que vous serez le mieux représenté puisque c'est, au final, tout ce dont il est question. Créez votre style avec le genre et les sonorités, les instruments utilisés, le

rythme et le mouvement, la durée des chansons et votre façon de composer un album.



Vous êtes musicien avant tout

À vous de savoir ce qui vous représente le mieux et lorsqu'il est question de goût, n'oubliez pas que tout est permis.

## VISUEL



Le visuel consiste en beaucoup d'aspects qui ont tous leurs propres particularités. Que ce soit les jaquettes des albums ou les photos officielles, le travail doit être fait professionnellement afin d'encourager sa circulation.

Les gens n'utilisent que très rarement des images non retouchés à des fins promotionnelles alors une simple base de Photoshop sur des fichiers haute-résolution peuvent aider grandement.

Les couleurs désignent les ambiances. Le bleu donnera une impression de légèreté, de fraîcheur, d'évasion, alors que le noir, lui, va donner plus de mystère, rendre un côté sombre parfois glauque, parfois élégant, dépendamment de la façon dont il est apporté.

Il y a plusieurs façons de créer des sentiments avec les couleurs ou simplement de fixer l'attention des gens sur des éléments choisis. Par exemple, en journalisme le jaune est utilisé afin d'attirer l'œil sur de gros titres; sur Internet, souvent, il représente le point de vente de l'artiste en question.

Les décors, les costumes et les maquillages, quant à eux, peuvent être particulièrement importants dans les vidéos; surtout si vous n'avez pas la possibilité d'avoir une caméra très performante et/ou des graphistes pour les retouches.

Dans tous les cas, optez pour l'originalité d'abord et avant tout.

Pour ce qui est de la plate-forme Internet, il faut savoir marier les couleurs de sorte que le tout ne soit pas dérangeant pour le public. Sur un site Internet comme sur MySpace, assurez-vous simplement que le tout soit lisible, que la navigation soit aisée, et que le site reste bien aéré tout en vous ressemblant.

Le monde que vous créez avec votre visuel va contribuer étroitement à l'intérêt que le public va vous porter. Cela contribuera aussi à l'image qui imprénera les souvenirs de votre public lorsqu'il sera question de vous.

## LITTÉRAIRE



On oublie trop souvent que les mots, s'il y a, prennent une grande place dans l'art de créer une atmosphère. Le nom de l'artiste va jouer un rôle prédominant évident puisque il donnera déjà des indices quand à la nature de votre art et attirera un public ciblé.

Bien sûr, il y a des exceptions et il n'est pas plus mal d'oser un nom qui pourrait à priori porter à confusion, mais gardez en tête qu'au premier abord, c'est là-dessus que vous serez jugé.

Les titres aussi sont révélateurs de ce que vous êtes musicalement, autant au niveau des chansons que des albums, ou même des capsules et autres. Ils indiqueront au public une certaine intention et un lexique privilégié formera une base d'ambiance.

Ensuite, les paroles de chansons vont renforcer ce sentiment et créera pour vous le rôle que vous voulez vous donner.

Autant que possible, restez dans votre atmosphère jusqu'aux remerciements de la pochette et autres textes présents tout autour d'un album ou d'une chanson.

## PERSONNAGE



Nous avons tous notre propre personnage qui représente bien souvent une partie de nous même. Voulez-vous miser sur un thème bien précis ou préférez-vous voguer d'une facette à une autre?

Certains font des albums à thèmes et varient largement d'un album à un autre, alors que d'autres se laissent évoluer doucement au gré

du temps sans privilégier un certain genre et en changeant beaucoup d'une chanson à une autre, d'autre encore sont très flexibles et surprennent carrément d'une seconde à une autre.

Dans tous les cas, l'important reste que ce schéma suive une certaine cohérence et mieux le public comprendra, plus facilement il adhérera.

Voyez comment vous désirez interagir avec les autres, sur scène comme en entrevue, et si vous choisissez de faire une distinction nette entre l'artiste derrière le personnage, réinventez-vous comme vous le souhaitez: biographies, interaction et autres supporteront votre choix.

## ÉVÈNEMENTIEL



Maintenant, avec tous les supports disponibles et facilement accessibles, l'événementiel peut prendre des proportions gigantesques et fera en sorte de vous promouvoir tout en offrant la possibilité de définir une atmosphère bien précise.

Les concepts interactifs sur Internet ne posent pas de limites à l'imagination et si les concours avec les internautes et les concerts en lignes deviennent assez communs, il est tout autre avec les projets multimédias réunissant vidéo, audio, interaction étroite avec public et/ou autres artistes, etc.

Par exemple, un groupe sort une trilogie d'albums concepts sur la fin du monde. Via leur site officiel, ils demandent à leur minime public local d'offrir leur maison afin de faire une série de concerts ouverts et gratuits où l'unique but est de faire le plus de bruit possible en créant une atmosphère apocalyptique.

Le premier concert regroupe une dizaine de personnes dans un loft; une capsule vidéo s'ensuit et se retrouve sur Internet avec indication de la prochaine destination.



Le second concert comprend déjà le double de personnes et une autre capsule apparaît.

Au final, les médias mentionnent l'événement et le groupe élargit sa tournée au pays complet en performant quelquefois dans des gymnases, d'autres fois dans des granges ou des champs.

Des centaines de personnes suivent la vague, paient les disques et répandent la nouvelle autour d'eux comme une épidémie.

L'internet peut aller très loin. Les idées visant à promouvoir un artiste peuvent aller tout aussi loin, et au final, vous pouvez aussi toujours aller plus loin.

## PROVOQUER LES BONNES OPPORTUNITÉS



Avec l'aide de vos outils Internet et via les sites de réseautage, vous avez le pouvoir de faire valoir votre travail ainsi que d'obtenir de bonnes opportunités d'avancement au niveau de votre carrière.

Tant en s'appuyant sur des plate-formes comme YouTube, Facebook, Twitter et MySpace, qu'avec divers sites interactifs comme les forums et les courriels, vous vous mettez en position réceptive à l'obtention de contrats divers.

Il vous est donc aisé de promouvoir votre musique si seulement vous savez reconnaître et provoquer les occasions favorables qui sauront vous mettre en valeur.

D'abord, soyez conscient que tout contact avec les gens de l'industrie peut avoir son lot d'effets pervers si vous manquez de tact, de gratitude, ou encore de politesse.

Lorsque vous débutez et que vous êtes au stade de votre carrière où vous bâtissez doucement votre réseau de fans et de contacts professionnels, comprenez que vous devez tout à ces derniers et ce, malgré votre talent.

C'est uniquement grâce à eux que vous pouvez envisager la possibilité de vivre de votre art. Sans les auditeurs et les contacts, il n'y a ni spectacles ni disques. Soyez alors reconnaissants à ceux et celles qui vous sont fidèles ainsi qu'à ceux et celles qui croient en vous. Individuellement.

Bien qu'ils soient aussi des contacts, ne traitez pas ces gens uniquement comme tels, mais bien comme vous traiteriez vos amis.

Faites attention, par contre: la ligne est mince entre le professionnalisme personnalisé et la minauderie de bas étage. Basculer dans l'art de faire des manières pour obtenir ce que vous voulez ne vous mènera nulle part.

Soyez simplement informés quant aux contacts à qui vous vous adressez et intéressez-vous à ce qu'ils font, aussi bien dans le métier directement qu'en surface. Privilégiez la qualité plutôt que la quantité. Votre intérêt peut vous rapporter énormément.

Votre attention devrait être constamment fixée sur des gens dont le travail vous motive particulièrement alors il ne devrait pas être une corvée que de faire les recherches nécessaires à une bonne compréhension de la personne en question.

Bien sûr, ne négligez pas pour autant les contacts moins appréciés puisqu'ils peuvent aussi bien vous rendre service, tôt ou tard, directement ou indirectement, mais surveillez vos relations en fonction de l'image que vous souhaitez projeter.

Il peut s'avérer très néfaste pour votre carrière et votre réputation de se lancer dans des projets ici et là, sans retour ni but prédéfini. Si vous avez vent d'un projet qui vous intéresse, laissez savoir votre estime pour ce projet aux personnes concernées en les informant des facettes qui vous attirent et en proposant vos services.

Si le projet en question est en développement, proposez des idées nouvelles et sachez vous mettre en valeur en apportant une touche unique aux idées qui se forment.

Dans tous les cas, communiquez vos désirs aux bonnes personnes et soyez sensible à la réception qui vous est offerte afin de savoir s'il vous faut insister ou pas, s'il vous faut des idées plus novatrices, ou si votre aide n'est pas nécessaire, tout simplement.

Autrement, il est tout à votre avantage de proposer des projets intéressants aux personnes de votre choix dans la mesure où vos idées sont réalistes, développées, et assurées.

Si vous avez, par exemple, un projet de festival d'été et que vous n'avez pas d'endroit assuré, pas de date, pas de thème, etc.; votre idée est probablement trop jeune pour attirer l'attention de qui que ce soit.

Ne vous découragez pas; le côté technique réglé, le premier groupe sera le plus difficile à dénicher puis plus le projet prendra forme, plus facilement les gens pourront croire au succès de votre projet.

Si vous baissez les bras après quelques réponses négatives, repensez votre idée et demandez-vous si vous y croyez assez pour tenir bon, ou s'il faudrait peut-être réajuster certains détails.

Le monde musical est entièrement tissé de liens qui peuvent vous emmener très loin, très rapidement.

Il est important que lorsque vous envisagez des idées de grandeur, vous soyez prêt à fournir le matériel nécessaire et à créer plusieurs projets futurs pour la continuité en cas de succès direct.

C'est toujours beaucoup de préparation et encore plus de découragement, mais il n'est rien de tel pour tout artiste qu'un projet abouti qui remporte la réussite espérée.

## LA NOUVELLE ÈRE DE LA MUSIQUE SUR INTERNET



Avec le temps, l'évolution constante de l'Internet et sa notoriété dans tous les milieux ont poussé les gens à devenir très

inventifs lorsque vient le temps d'y faire sa promotion et ce, surtout dans le domaine des arts et des communications.

Les techniques traditionnelles de marketing ayant fait leurs preuves ont évoluées pour s'adapter à l'Internet et ainsi bénéficier d'un tout nouveau public auparavant inébranlable face à la publicité.

Nombreux sont donc ceux et celles qui comptent sur ce média afin de conquérir un large public ou simplement afin de fidéliser la relation qu'ils entretiennent déjà avec leurs fans.

Déjà dès 2006, les majors s'emparaient de la toile afin de créer le buzz autour de leurs artistes. C'est ainsi que EMI a demandé aux internautes de créer des "smileys" Lily Allen et de les joindre à leurs mails, ou que le groupe The Do offrait des albums aux blogueurs influents qui les faisaient tirer aux lecteurs.

La concurrence est féroce. Vous vous demandez alors comment faire pour réussir une bonne promotion Internet? La réponse est simple: il faudra vous démarquer.

Pour ce faire, vous devez d'abord être informé de l'univers de possibilités qui s'offre à vous. Sa valeur est inépuisable. Voici quelques exemples pour stimuler votre créativité :

- Les annonces publiques sous format vidéo sont de plus en plus appréciées des internautes. Que ça soit pour exprimer une opinion en réponse à l'actualité du moment, pour informer le public de vos activités récentes, pour promouvoir la sortie d'un nouvel opus ou pour encourager les gens à se présenter à un concert, toutes les excuses sont bonnes pour faire une annonce publique dans la mesure où vous misez sur la pertinence plutôt que sur l'abondance.
- Les capsules vidéo existent depuis l'invention de l'Internet. Les vidéos de tournées musicales, eux, existent depuis l'invention de la vidéo. Par contre, c'est tout

récemment que les artistes ont commencé à partager globalement des capsules de tournées -souvent constantes et à saveur humoristique- avec les fans.

Les sujets peuvent varier; passant des attractions d'une ville en question à apprendre comment patiner dans un autobus de tournée. Encore une fois, gardez dans l'optique d'intéresser votre public et innovez!

Avec de bonnes capsules et une bonne publicité, votre travail pourrait très rapidement faire le tour du monde et inciter le maximum de gens à aller vers votre musique.

- Le plus grand avantage de la toile est incontestablement la rapidité avec laquelle circule l'information et donc, la notion d'immédiat qui laisse croire à une grande proximité entre les internautes.

Cet avantage est d'autant plus important que votre situation dans le monde n'importe pas. Vous pouvez alors être dans n'importe quel pays et donner rendez-vous à tous vos fans à travers le monde... sur Internet.

Sur un blogue, pour échanger et probablement répondre à quelques questions, ou sur votre page officielle pour assister à un concert en direct que vous feriez de votre salon, votre studio, votre garage ou autre.

Vous pouvez également choisir d'enregistrer quelques chansons sous format vidéo, possiblement des pièces inédites, et faire une projection spéciale sur votre site officiel à un moment donné.

Les internautes peuvent alors se rendre au rendez-vous et commenter les prestations. C'est tout gagné pour vous.

- Lancer des concours interactifs est la meilleure façon de se rapprocher de son public. Encore une fois, les groupes de rock Ok Go et Radiohead l'ont compris. Comme mentionné précédemment, Ok Go a connu un succès immense avec ses vidéos et son "Dance Contest" qui a permis au gagnant d'aller danser sur scène avec le groupe.

Quant à Radiohead, son concours de vidéoclips a attiré 900 participants sérieux. Ces concours, non seulement sont-ils avantageux pour le public qui a la chance de se faire valoir et montrer son talent, mais aussi pour le groupe qui fait un tapage médiatique et voit son projet valorisé par le public.

Certains donnent des fichiers multimédias gratuits aux internautes répondant le plus rapidement à une question, d'autres demandent aux internautes d'envoyer des dessins en s'inspirant d'une chanson afin d'en faire la jaquette du prochain album; les possibilités sont infinies.

Et vous? Qu'allez-vous faire?

Pour en savoir plus, cliquez sur le lien ci-dessous:

<http://www.paguja-ebook.com/promo-musique>

DEVELOPPEZ VOTRE CARRIERE MUSICALE GRACE A INTERNET

---



DEVELOPPEZ VOTRE CARRIERE MUSICALE GRACE A INTERNET  
*Copyright © 2010 – Club Editeur Web - Tous droits réservés pour tous pays*