



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

L'Irma présente dans la collection **®évolutic** :

Musique et stratégies numériques

de Virginie Berger

Musique et stratégies numériques

2^e édition

Marketing, promotion, monétisation et mobilité

Virginie Berger

Préface de Dave Kusek

NOUVELLE
ÉDITION

disponible en :

- livre
- e-book

**®ÉV
OLU
TIC**



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

Version anglaise disponible en e-book

Préface de Dave Kusek, vice-président du Berklee College of Music et coauteur de *The Future of Music*, meilleure vente de livres sur le business de la musique.

Musique et stratégies numériques

Marketing, promotion, monétisation et mobilité

Virginie Berger

Sortie le 2 octobre 2012

en livre (version française)
15 €

Disponible :

- à la librairie de l'Irma et en VPC (22 rue Soleillet 75020 Paris – 01 43 15 11 11)
- en ligne sur www.irma.asso.fr
- dans toutes les bonnes librairies

en e-book (format epub/mobi/PDF •
version française ou anglaise)
UE : 12 € / GB : £9,05 / Autres pays : \$12

Disponible :

- en ligne sur www.irma.asso.fr
- sur toutes les bonnes plateformes numériques

Quels moyens déployer pour une stratégie musicale innovante dans un environnement numérique complexe ? Comment développer les relations entre artistes et fans ? Comment « monétiser » sur tous les supports et rentabiliser les activités de l'artiste dans un monde qui change de modèle économique ?

Cet ouvrage se propose d'aider les artistes, labels, producteurs, médias et managers à se servir du marketing numérique pour optimiser la promotion et la distribution des œuvres.

Virginie Berger part du postulat que l'artiste ne peut survivre sans consolider un véritable lien avec son public. Dans *Musique et stratégies numériques*, elle s'appuie sur des cas pratiques, détaille et explique des principes comme le *direct-to-fans*, la *fan base*, la production de contenus adaptés à chaque média et aux différentes plateformes, la monétisation sous toutes ses formes, de la distribution numérique au *streaming*, en passant par YouTube... Elle aborde ainsi toutes les solutions pour exister dans un environnement concurrentiel et numérique.



L'auteur : Virginie Berger (@virberg) a plus de 15 ans d'expérience dans les médias, les technologies et l'industrie musicale. Cette ancienne directrice marketing de MySpace, passée aussi par le Groupe NRJ et Microsoft, dirige l'Agence DBTH (dbth.fr), une agence en stratégie et développement qui accompagne les artistes, industries culturelles et technologies émergentes. Elle a également créé *Don't believe the Hype* (virginieberger.com), un site web gratuit et bénévole dédié au marketing musical pour les artistes et leur entourage professionnel.

Musique et stratégies numériques

Marketing, promotion, monétisation et mobilité

Virginie Berger

« Des ouvrages comme celui-ci sont essentiels pour les nouvelles générations de musiciens qui veulent comprendre les réalités du marché numérique »,

Dave Kusek

Sommaire

Chapitre I^{er} • Marketing et webmarketing

Les fondamentaux du marketing et de la promotion

Les six piliers du webmarketing

Se fixer des objectifs et savoir les définir

De nouvelles offres et de nouveaux modèles économiques ?

Chapitre II • Mettre en place sa présence sur le web

Le site web artiste

Les réseaux sociaux

La *mailing list* et la *newsletter*

Le *SEO* ou *Search Engine Optimization*

Les *adwords* et le *Pay Per Click* (PPC)

Mesurer ses résultats pour les optimiser

Chapitre III • Se faire connaître et monétiser sur le web

L'artiste et les fans

Le *direct-to-fans*

Les stratégies de contenu : quel contenu, où et pour qui ?

Les stratégies de contenu en fonction de chaque outil

Fédérer son public : l'e-mail, la *newsletter* et le marketing viral

Le *direct-to-fan sales* = donner une raison d'acheter

Comment utiliser le web pour faire la promotion de ses concerts

La monétisation à travers d'autres sites

Musique et stratégies numériques est édité par

L'Irma • Centre d'information et de ressources pour les musiques actuelles
22 rue Soleillet • 75980 Paris Cedex 20 • Tél. 01 43 15 11 11 • www.irma.asso.fr

éditions Irma

L'Irma conçoit, réalise et commercialise des ouvrages permettant la structuration des activités professionnelles :

• Les guides-annuaires

Chaque année, *L'Officiel de la musique*, ouvrage de référence de tous les acteurs du monde musical, est remis à jour et réédité. Des guides-annuaires spécialisés dans le jazz (*Jazz de France*), les musiques traditionnelles et du monde (*Euro World Book*) et sur le hip hop (*Le Réseau*) complètent cette collection.

• Les Irmalistes

Des listes de contacts ciblés par branche sont mises à jour et édités au format PDF. Elles sont adaptées à des besoins spécifiques :

- Tremplins et dispositifs d'accompagnement
- Salles et petits lieux de diffusion
- Formations artistiques
- Acousticiens
- Magasins d'instruments, de matériels et de logiciels audio
- Médiathèques de prêt
- Jeune public
- Studios de répétitions

• Les Métiers de la musique

Cette collection de guides pratiques expose et explique le fonctionnement stratégique, contractuel et réglementaire des différents métiers à l'œuvre dans le secteur des musiques actuelles. Ces ouvrages sont réalisés par des spécialistes du secteur en question.



La collection « **®évolutic** »

Cette tribune propose des pistes et des solutions concernant les **®évolutions** du secteur dues à l'incidence des nouvelles technologies.

Dans la même collection :

- **Culture et développement durable**,
il est temps d'organiser la palabre...
 - **Les Contrats 360°**,
pour une explication des contrats à droits multiples
 - **Les Musiciens dans la révolution numérique**,
inquiétude et enthousiasme
 - **Artistes 2020**,
variations prospectives
 - **Musique 2.0**,
solutions pratiques pour nouveaux usages marketing

Pour plus d'informations sur l'ouvrage et la collection
écrivez-nous à editions@irma.asso.fr