1000 choses à faire pour réussir sa stratégie musicale 2.0
Tome 1

par Marc-André Laporte
www.donnetamusique.com

Et si on commençait par les 100 premières?

100

Ce guide s'adresse principalement aux artistes indépendants qui désirent se vendre, s'auto-promouvoir et utiliser l'internet à des fins marketing, ainsi qu'aux maisons de disques curieuses d'en apprendre sur les outils web. Il se veut également une révision complète des premiers mois d'existence du site web : **www.donnetamusique.com.**

Table des matières

03 Introduction
04 Avant d'aller plus loin...
11 La liste d'envoi
16 Rentabilisez vos spectacles
20 Entourez-vous de ces personnes
23 Soyez présents sur le web
32 Les outils de A à Z
37 Et de 100...
38 About Moi
39 Les crédits

Introduction

Il était une fois, votre meilleur ami musicien. Comme il n'était pas un ex-académicien et qu'il n'avait pas eu la chance de s'entendre avec une maison de disque compétente, il décida de sortir son album par lui-même. Un an plus tard, des dizaines et des dizaines de boîtes de CD traînaient dans son salon. Il entendait des histoires horribles : « C'est une crise du disque sans précédent, c'est le bouleversement de l'industrie musicale », disaient-ils. Comme il ne connaissait pas les outils et les moyens essentiels pour bien promouvoir sa musique, ses disques vécurent heureux et éternellement, comme substitut de table à café dans son appartement.**Cette histoire ne sera pas la vôtre**.

Pendant que le web est pointé du doigt comme ennemi numéro un du monde musical, ses utilisateurs développent, chaque jour, une multitude d'outils, d'astuces et de techniques pour permettre aux musiciens de réussir leur carrière plus qu'ils n'oseraient l'imaginer. **Et ce, par eux-mêmes.**

Avant d'aller plus loin...

Il est important de prendre quelques minutes et de commencer par le début. Voici quelques concepts de marketing qui vous suivront tout au long de votre carrière et qui pourront même, vous être utile dans votre vie.

Avant d'aller plus loin...

1 **Soyez original.** En ce moment même, des milliers d'artistes, tous plus talentueux les uns que les autres, tentent de se tailler une place. Vous devez trouver une façon de **vous démarquer**, de sortir de la masse et ce, **dans tous les domaines reliés à votre art.**

Musique, promotion, vente, distribution, etc...

2 **Soyez précis**. Dans la vie, il est bon de se connaître soi-même. C'est la même chose en musique. Quel est votre son? Votre particularité? Votre couleur? Une mer de musiciens se définisse comme «Indie Rock». Prenez le temps de vous écouter, de **vous auto-analyser**.

En cinéma, on utilise le vieux truc du X rencontre Y pour pouvoir rapidement préciser une idée.
Par exemple, imaginez un groupe qui se définirait comme "Pink FLoyd VS Sheryl Crow". On s'entend, c'est plus intrigant qu'un groupe qui se présente comme "Indie Rock".

03

Gardez le focus. Le meilleur moyen pour y arriver, c'est d'**avoir des objectifs clairs et précis** qui feront avancer significativement votre carrière.

Soyez réalistes, par contre.
Il faut quelques années avant de faire la couverture du magazine "Rolling Stone" et avoir le privilège de détruire des chambres d'hôtels.

Vous pouvez par exemple vous fixer des objectifs comme: 50 personnes abonnés sur votre liste d'envoi d'ici Noël ou encore, faire un minimum de 10 shows en juillet, etc. **Pour prendre de l'assurance, il n'y a rien de mieux que d'atteindre ses objectifs.**

Avant d'aller plus loin...

04 Il faut **apprendre à connaître ses fans** et ses futurs fans. Savoir où ils sortent, ce qu'ils lisent, ce qu'ils écoutent. Il sera alors **plus facile pour vous de les rejoindre**, grâce à une promotion plus ciblé.

↳ Qui, quand, où, pourquoi, comment ?

05 Maintenant que vous avez une bonne idée de qui sont vos fans... Qu'est-ce qui leurs feraient plaisir? **Mettez-vous à leur place**, pensez comme eux et faîtes-le, faîtes-vous plaisir.

06 Voici un vieux concept de marketing, qui a déjà fait ses preuves: on ne vend pas un produit, **on vend un événement, une relation ou même une émotion**. Soyez inspirés, ne faîtes pas que vendre votre musique.

07

Avez-vous déjà remarqué que, contrairement aux autres médiums en art, l'achat d'un album se fait souvent après une première écoute. Le principe : **Écouter, Aimer, Acheter.** Pourtant, on achète un livre avant de l'avoir lu. On paye pour un film au cinéma après n'avoir vu que la bande annonce. On débourse des centaines de dollars pour un show qu'on ne verra que des mois plus tard. Mais on écoute l'album avant de l'acheter, alors n'hésitez pas à doublez d'originalité.

C'est un énorme défi !

08

Ne sous-estimer pas la puissance d'un dossier de presse professionnel: **simple**, **précis** et **court**.

Et s' il vous plaît, intéressant!

09

Faites-vous des **cartes d'affaires originales**. C'est encore le meilleur moyen de ne pas se faire oublier après une rencontre lors d'une soirée. N'oubliez pas d'y inscrire votre **site web**, le **nom de votre groupe**, **vos talents** et **vos ambitions**.

J'en ai même déjà vu sur des pics de guitare... Cool.

Avant d'aller plus loin...

10

Un démo, c'est bien. Mais si la **présentation est originale, différente, réfléchie**... C'est beaucoup mieux! N'oubliez jamais qu'il faut trouver le moyen de sortir de la pile de CD que les différents médias reçoivent hebdomadairement.

Certains d'entre-eux reçoivent plus de 64 CDs chaque semaine.

11

Commencez par le début. Avant de viser MTV, **courtisez les radios communautaires et universitaires**. En plus, **les auditeurs sont avides de nouveauté** et **les animateurs choisissent eux-mêmes le contenu musical de leurs émissions.**

Un gros avantage, si on considère que pour les radios commerciales, c'est environ 4 personnes qui choisissent pour toute la province.

12

Connaissez-vous le mensonge du nouveau millénaire? **Tout est une question de perception.** Paraître plus gros que ce qu'on est vraiment, ça paye.

C'est déprimant, mais ça fonctionne.

Avant d'aller plus loin...

3 N'attendez pas après les autres. Bienvenue dans l'ère du DIY: « **Do It Yourself !** » Évidemment, vous n'avez peut-être pas tous les talents, mais vous pourrez certainement faire avancer les choses, du moins un petit peu.

4 1000 têtes valent mieux qu'une. N'hésitez pas à partager vos idées et vos projets. Vous obtiendrez ainsi **différents points de vues.**

Et surtout, n'ayez pas peur de vous faire voler vos idées !

5 Dernier point et j'insiste... Il est essentiel de vous considérer comme une marque. **Un produit bien défini est toujours plus facile à vendre**. Bien entendu, vous faîtes de la musique pour l'amour de l'art, mais si vous voulez faire un peu d'argent…**Vendez-vous** !

La liste d'envoi

Vous voulez rejoindre plusieurs personnes pour leur envoyer votre comuniqué, sans lécher de timbre? Internet.

C'est un outil simple et très efficace. Voici maintenant quelques trucs pour bien l'utiliser.

La liste d'envoi

16

Se bâtir une solide liste d'envoi de gens intéressés par vos démarches, demeure encore aujourd'hui, l'**un des meilleurs outils de communication** pour rejoindre vos fans et les gens de l'industrie avec efficacité.

Les années 2000 sont arrivées depuis 10 ans déjà!

17

Il est primordial d'avoir son propre site internet et surtout d'offrir **un lien clair et direct**, préférablement dans le haut de votre page, pour que vos fans puissent aisément **s'inscrire à votre liste d'envoi.**

18

Pour inciter les nouveaux visiteurs à s'abonner à votre liste d'envoi, offrez-leur **gratuitement** un mp3 **exclusif** aux nouveaux abonnés.

1°

Il est essentiel d'apporter une attention particulière aux **mots** sélectionnés dans l'onglet **« sujet »** de votre courriel. C'est peut-être cette phrase qui différenciera votre courriel des 80 autres en attente dans leur boîte de réception le lundi matin.

Un petit conseil, la phrase :
ENLARGE YOUR PENIS WITH OUR NEW ALBUM,
risque de ne pas fonctionner...

2°

J'ai beaucoup plus d'intérêt à lire un courriel quand il m'est **personnellement adressé** lors de la salutation. Oui, c'est une attention qui demande plus de temps, mais vous gagnerez à écrire **le nom** de la personne à qui vous l'envoyez.

Utilisez cette technique
surtout avec les gens de l'industrie et des médias.

La liste d'envoi

1 Il est prouvé qu'une **image**, incorporée aux courriels, **attire davantage l'attention et augmente vos chances de lecture**. Vous pouvez ajouter le logo de votre groupe, de votre compagnie de disques ou bien une photo, préférablement dans le haut du message.

Attention de bien la dimensionner, par contre...

2 Votre contenu doit être simple, rapide et efficace. Le lecteur doit être en mesure de connaître la raison de votre envoi en **quelques secondes**.

Il est primordial de ne pas bombarder vos abonnés pour des trucs ridicules et inintéressants.

3 Assurez-vous d'envoyer des messages avec un **minimum d'importance**. Regrouper plusieurs brèves dans un même message, plutôt que d'envoyer un courriel à tous les jours.

24 Ajouter une **signature automatique** à vos envois avec : **votre nom**, le nom de **votre projet**, **votre site web** et **votre numéro de téléphone**. Cette fonction est disponible dans tous les logiciels de messagerie (Outlook, Mail, etc.).

25 Ne cherchez pas à **impressionner** vos abonnés avec un vocabulaire sérieux et « corporate ». N'oubliez jamais que les gens qui vous lisent sont **comme vous**.

Il est loin d' être amical et ressembleur d'utiliser un niveau de langage soutenu, à la Denise Bombardier!

26 Vous devez **obligatoirement** inscrire un lien de désabonnement, dans le bas de vos courriels. N'oubliez pas que personne n'est **obligé** de vous suivre.

27 Vous voulez être inoubliable ? Voici le **truc infaillible**. Écrivez un mot de remerciement aux médias et aux gens de l'industrie **à la main**. Prenez ensuite le temps de le numériser et de l'envoyer par courriel.

→ Même Gregory Charles l'a déjà fait. Si c'est pas un signe ça...

Rentabilisez vos spectacles

Avoir la chance de monter sur scène, c'est souvent le résultats de nombreuses heures de pratique, de cris, de pleurs et de colère.

Il serait intéressant qu'un petit quelque chose vous revienne, non? Parce que vous le valez bien.

Il ne faut pas organiser qu'un simple spectacle, il faut présenter un **événement**. Préparez des thématiques, programmez votre spectacle en même temps qu'un anniversaire, inventez-vous des concepts sur scène... **Osez**. Tout ce que vous risquez, c'est qu'on parle plus de vous et qu'on ne vous oublie pas facilement.

Trouvez la bonne salle. Prenez la liste des salles de spectacle dans votre quartier et n'hésitez pas à les **comparer**. Une salle trop grande est souvent plus chère et peut nuire à l'**ambiance** votre soirée.

Lorsque vient le temps de « booker » la salle, **négociez!** Si vous connaissez la **valeur** de vos soirées, vous êtes sûrement en mesure de sauver quelques dollars.

Calmez-vous sur le « running bill »!

Pas besoin d'être comptable agrée pour comprendre qu'il n'est pas rentable de consommer pour 100$ d'alcool lorsqu'on reçoit un cachet de 150$ pour sa prestation.

2 Que vous soyez chanteur, musicien ou mime, c'est pareil: vendre des produits dérivés c'est du **bonus intéressant**. Faites-vous des t-shirts, des tasses, des portes-clés, des boxers, des salières/poivrières, peu importe… Amusez-vous !

3 Restez prendre un verre avec les spectateurs qui vous attendent après le spectacle. Ils seront enchantés de faire votre connaissance et deviendront peut-être, des **fans inconditionnels**.

Profitez-en pour vanter le design de vos t-shirts ou la complexité d'imprimer votre logo sur le hamac à banane à votre effigie. Qui sait? Vous serez peut-être en mesure de conclure quelques ventes post-spectacle… Du bonus !

4 Ou encore mieux ! Organiser un **after-party** que vous annoncerez le jour du spectacle. Tout le monde connaît quelqu'un qui a un loft idéal pour ce genre de soirée.

5 Le **verre à pourboire**, c'est le bonus du bonus. Mettez le sur la table de marchandise, au vestiaire ou à la sortie. Un spectateur comblé décidera peut-être de vider le change de ses poches.

36 Faîtes des **surprises**. Organisez un show **gratuit** dans un parc, sous un viaduc, sur le toit d'un édifice au centre-ville. Vous pouvez même essayer d'organiser un **échange** de service avec un bar ou une salle de spectacle. Par exemple, offrez-leur de vendre les consommations, pendant que vous vous occupez de vendre vos produits dérivés.

37 N'oubliez jamais la magie du **combo**… Par exemple, un rabais sur l'album à l'achat d'un billet pour votre show, ou l'inverse. Un t-shirt gratuit, à l'achat d'un album ou encore, un album accompagné d'un démo contenant de rares versions de vos chansons, de qualité douteuse.

Si donner des surprises en plastique fonctionne pour McDo... Pourquoi ne pas essayer ?

38 Un dernier truc qui vous permettra de pratiquer sur scène et qui vous donnera un peu d'argent... Gâtez-vous avec **un spectacle de** « **covers** » ! Le public adore ce type de prestation et vous pourrez évidemment en profiter pour « **plugger** » **votre groupe** pendant votre performance.

Entourez-vous de ces personnes

Les artistes remercient toujours leur parent, leur gérant, leur maison de disque, leurs amis et même Dieu. (Ah, les Américains, si on ne les avait pas...)

Pourtant, certains d'entre-eux devraient surtout remercier les personnes suivantes...

Entourez-vous de ces personnes

Styliste. Avoir le sens du style, ce n'est pas donné à tout le monde. Plusieurs d'entre-nous ont besoin d'aide pour bien réussir un agencement d'occasion. En plus, un style bien défini pourrait vous donner une petite **saveur** supplémentaire.

Infographiste. Oui, je sais, avec Photoshop, tout est si facile. Mais graphiste ou infographiste, ce sont de vrais métiers. N'oubliez jamais que la couverture de votre album, votre affiche ou bien votre photo officielle sont vos **premiers contacts visuels** pour rejoindre les inconnus.

Une image "cheap" rime avec un produit "cheap", dès le premier coup doeil et elle peut rester longtemps..

Technicien sonore. Avoir avec soi la même personne en studio et en « live » **simplifie** grandement votre vie d'artiste et vous garantie une qualité optimal de votre son, à chaque fois.

Autres musiciens. Je le répète: 1000 têtes valent mieux qu'une et il n'y a rien de mieux qu'une **saine compétition** amicale.

Entourez-vous de ces personnes

3 **Groupies.** Les meilleurs fans. Ceux et celles, à qui on doit la réussite du **bouche à oreille**. Elles sont souvent plus convaincantes que les critiques médiatiques.

Avis aux esprits tordus, je ne parle même pas de vos fins de soirées... Mais on ne sait jamais!

4 **Webmestre.** Ou n'importe quel être humain habile en informatique qui sera en mesure de **concevoir**, de **soutenir** et de **mettre à jour** un portail internet pour votre projet.

5 **Gérant de salle.** Avoir des amis dans le domaine du spectacle, c'est toujours pratique et qui sait, peut-être qu'ils vous offriront un prix **préférentiel** pour vos futurs prestations dans leur établissement ?

6 **Animateurs radio ou télévision**. Souvent, ils ont leurs mots à dire sur la programmation musicale de leur émission.

.

Soyez présents sur le web

Et voilà. On y est enfin! Vous l'attendiez depuis quelques pages.

L'Internet.

Mais attention de ne pas vous lancer comme une poule pas de tête. Sauvez de l'énergie et positionnez-vous stratégiquement.

Soyez présents sur le web

47

Pour débuter, vous devez trouver votre nom de domaine. Prenez votre temps pour bien faire votre choix, car c'est **un nom qui vous suivra longtemps**. Et de préférence, utiliser un **.com**, **.ca** ou **.net**. Les autres trucs ne font pas très sérieux.

Pas de panique si le nom du groupe a été pris par une compagnie de fromage suédoise comme nom de domaine...

48

Commencez votre promotion au **maximum une semaine avant la sortie de l'album**, pour garder les futurs acheteurs à chaud. Il ne sert à rien de les bombarder de messages des mois et des mois à l'avance, ils risquent plutôt de rester indifférent ou pire, de se **refroidir**…

49

Soyez **actif** sur le web. Le «social networking» ça demande du **temps** et de la **discipline**. Mais c'est payant.

Personnellement, je suis devant mon clavier, tous les matins en buvant mon café, et ce, environ 1 heure tous les jours. C'est la première chose que je fais après avoir embrasser ma blonde.

Soyez présents sur le web

50

Si vous n'avez pas le temps ou d'intérêt réel pour le web, n'hésiter pas à **engagez** une personne qui s'y connaît. Elle sera d'une aide précieuse et s'occupera de votre **mise en marché numérique**.

Les sites internet mis à jours aux 4 mois, c'est terminé!

51

Créez-vous un blogue et utilisez-le comme journal de bord. C'est **gratuit** et enfin, vos fans pourront vous suivre **quotidiennement**.

52

Le mot magique pour décrire votre présence sur le net : **OMNIPRÉSENCE.**

53

Si vous voulez que les gens soient actifs sur votre blogue, vous devez **rendre la pareil**. Il est primordial d'aller faire un tour sur les sites de vos collègues musiciens et d'y **contribuez** avec vos commentaires.

C'est aussi une bonne façon de se faire connaître de leurs fans!

Soyez présents sur le web

1000 choses à faire pour réussir sa stratégie musicale 2.0

54 Avec l'arrivée des blogues, le forum de discussion n'est plus essentiel. Si vous désirez en mettre un en ligne pour **échanger** avec vos fans, soyez sûr de bien le modérer. **Un forum actif est souvent difficile à contrôler.**

55 Faîtes **participer** les gens. Organisez un concours de remix, de photos, d'affiches, de vidéos, etc. C'est une bonne façon de pousser les internautes à **revenir** plusieurs fois sur votre site.

Et quelle bonne action ! Tout le monde rêve d'avoir son 15 minutes de gloire. Vous êtes si généreux de leur offrir une telle vitrine lorsque vous les mettrez en ligne !

56 Il ne faut pas sous-estimer la **puissance** des blogueurs. Qu'on le veuille ou non, ce sont des **leaders d'opinions** pour votre clientèle qui se retrouve sur le web. → Depuis quelques années, ils sont devenus aussi importants que les médias traditionnels.

57 Prenez quelques heures pour bien **connaître** et **comprendre** les différentes plateformes de blogues. Certains logiciels sont beaucoup plus complet, sans être plus complexe et vous permettent d'utliliser un maximum d'outils pour vous vendre.

Soyez présents sur le web

58

Une des beautés du web, c'est qu'il permet un **accès facile à toutes sortes de statistiques**. En utilisant les outils de web analytique disponible, vous saurez **qui** visite votre site, **quand**, **où** il habite, etc. Il ne reste qu'à comprendre le « **pourquoi** » de sa visite.

59

Votre site internet doit être **connecté** aux réseaux sociaux du moment. **Tous** les réseaux sociaux.

Si je vous cherche, je dois être en mesure de vous croiser rapidement.

60

Simple et efficace. Surtout, si vous désirez offrir l'achat de votre album sur votre site, les internautes devraient être en mesure de compléter leur transaction, en **quelques clics seulement.**

61

Vendre son album sur son site personnel, **c'est facile**. Oui, oui. Vous n'avez besoin que d'un compte Paypal. Plusieurs « plugins » sont disponibles sur la plateforme Wordpress et faciliteront vos transactions. → Aucun intermédiaire!

2

N'hésitez pas à utiliser tous les **médias** possibles sur votre site web : photos haute définition, vidéo, audio, etc.

Et pourquoi pas l'album au complet, pour les plus courageux!

3

Tu es un parfait inconnu de l'industrie musicale? **Donne ta musique.** Un ou deux extraits feront une bonne carte de visite.

4

Ayez en main plusieurs version MP3 de votre album. Vous risquez d'avoir **différentes demandes** de qualité audio.

Je vois continuellement des histoires d'horreur, genre : 00b001l278.mp3...
Pourtant, c'est assez rare des humains qui parlent couramment le langage binaire.

5

Lorsque vous créez vos MP3, il est important de **bien nommer vos fichier.** Un exemple? **Tata Boutlamine - Do.mp3.** Vous pouvez aussi, à partir de iTunes, **ajouter toutes les informations pour chacune de vos pièces.**

Soyez présents sur le web

Tenez-vous au courant des principaux **outils de référencement** disponible : Meta, Header tags, Site Map, Content, RSS. C'est important de prendre le temps de comprendre leurs fonctions et de les utiliser.

↳ C'est plus simple que vous croyez.

Vous pouvez mettre en vente une paire de billets pour votre spectacle sur les **sites d'annonces classées** : Craiglist, Kijiji, LesPac.

Un groupe de musique, que je côtois, a été agréablement surpris des résultats.

Le **marketing viral** a fait ses preuves sur le web. Allez-y, chercher les différents concepts et renseignez-vous sur la manière de les réaliser… À votre tour maintenant !

Demander l'aide de ses fans, **c'est permis**.

Soyez présents sur le web

70

Il ne faut pas sous-estimer la puissance d'une vidéo sur internet. Même si la qualité n'est pas exceptionnelle, **le contenu est plus important que le contenant**. Plusieurs campagnes virales à succès ont débuté avec de simples vidéos, à base résolution.

71

Utilisez la vidéo comme **« buzz »**, avant la sortie de l'album. On est tous un peu voyeur, on aime suivre un artiste lors de la production de son album. Faîtes votre propre documentaire, avant même de connaître la gloire ! C'est un peu prétentieux, j'adore ça.

72

Avant votre lancement, transformer toutes vos pages réseaux, en utilisant les mêmes couleurs et la même thématique que la pochette de votre album, puis mettez-les en ligne **quelques jours avant** la sortie de votre album, pour **attirer l'attention** des internautes.

73

En ce moment, Facebook est le réseau social **le plus populaire**. Plusieurs « plug-ins » sont destinés aux musiciens et vous **faciliteront la tâche**.

Soyez présents sur le web

Prenez quelques minutes par semaines pour vous tenir au courant des **nouveautés** sur le web. Internet est un média qui se **transforme** constamment et ceux qui **adoptent** ces changements rapidement et à bras ouverts, sortent souvent grands gagants à la toute fin.

Vous devez être facilement accessible. Non, plus que ça...
Vous devez être partout en même temps.
↳ Je ne suis pas toujours encourageant, je sais.

N'oubliez pas que le web 2.0, c'est **bidirectionnel**. Vous devez **échanger avec la personne** qui prend de son temps pour commenter sur votre blogue ou vous écrire. Vous n'avez jamais été aussi près des gens...

L'industrie vit un changement important et même les professionnels, qui ont 20 ans de métier, n'ont aucune idée de ce que le futur nous réserve. Pour rester à jour et connecté, vous devez être au courant des nouveautés du Web 2.0. Soyez prêts.

Une seule chose est certaine sur l'avenir de la musique... Le web ne fera que s'implanter d'avantage.

Outils de A à Z

Bon. assez de théories. Prenez vos marteaux et vos clous, il est temps de construire votre chalet afin qu'il soit prêt pour votre retraite.

Artistdata: Un portail permettant une mise à jour simultannée des dates de spectacles sur plusieurs sites web.

Bandcamp: Le meilleur endroit sur le web pour votre band. C'est eux qui le disent.

Band Metrics: Semblable à Google Analytic, mais concentré uniquement sur le domaine musical. Ils sont aussi les créateurs du format MDEF que vous croiserez sûrement très bientôt.

CdBaby: Un service de distribution physique et numérique de vos projets. Plus de 100 millions de dollars payés directement aux artistes.

J'ai le droit!
Se "plugger", cest un luxe qu'on peut se permettre lorsqu'on écrit son propre livre.

Donne ta Musique: Sérieusement, je vous conseille de consulter et de vous familiariser avec les différents auteurs qui travaillent très fort pour faire évoluer et améliorer l'industrie musicale. Et comme par hasard, plusieurs sont cités sur mon blogue.

Facebook : Surtout pour ses multiples applications intégrées. Aujourd'hui, il est le site numéro un lorsqu'on parle de réseau social. Il offre une panoplie de « plugins » qui vous permettront de bien promouvoir votre musique

Flickr: Un site pour l'entreposage de vos photos de groupe, de spectacles, de studio, etc.

Google Analytic: Un outil qui permet de répondre à plusieurs de vos questions concernant les visiteurs qui cliquent sur votre page web. Indispensable pour tous les sites confondus.

Gydget: Un système de « widget » gratuit, qui vous permet de mettre en ligne vos chansons.

Les "widgets" sont de petites applications interactives.

Indiepool: Une compagnie canadienne qui offre la distribution numérique et qui fabrique l'album à l'achat. Fini les boîtes de CD empilées dans le salon!

Nimbits: La table de marchandises internationales. Mettez en ligne tous vos produits dérivés

MySpace: Quoique bientôt désuait, le site demeure d'une importance capitale car il se retrouve souvent dans les premiers résultats de recherche sur Google lorsqu'on inscrit votre nom

Reverbnation: Le site web le plus complet à ce jour. Plusieurs outils intéressants, tous au même endroit.

Sonicbids: Les dossiers de presses électroniques (EPK) sont de plus en plus populaires. Ce site offre un service de qualité.

Ma prédiction: Un site qui gagnera en popularité au cours des prochains mois.

SoundCloud: Un outils qui vous permet de partager votre musique et de la faire voyager un peu partout sur la Toile.

Tubemogul: Un portail vous permettant de distribuer vos vidéos sur les 18 sites les plus populaires de l'heure.

Tunecore: Un service de distribution numérique à prix fixe. Vous payez un montant annuel et par la suite, tous les revenus découlant de vos ventes de chansons vous reviennent en totalité.

Tumblr: Un site qui tente d'offrir le tout-en-un du web. J'aime bien, mais il reste à voir si la communauté va l'adopter, elle aussi.

Twitter: Un site de micro-blogue vous permettant de rester actif, d'échanger avec vos fans et les gens du domaine musical en temps quasi-réel.

Vimeo: Le cousin de Youtube qui vous permet de partager vos vidéos.

Wordpress: L'outil par exellence,car il est le plus complet pour vous créer un blogue et même un site internet complet.

Youtube: Il est primordial de créer votre propre canal Youtube. C'est votre Musique Plus à vous.

Donnetamusique.com a été créé sur Wordpress et pourtant, je suis nul en programmation web.

100

Soyez patients et n'oubliez jamais, que dans le fond, c'est juste de la musique.

Et voilà!
100 points de fait!
Gardez l'oeil ouvert, parce qu'il m'en reste encore 900
et que l'industrie de la musique risque de bouger
énormément au cours des prochaines années!

D'ici-là, amusez-vous!
M.

About moi

Si vous n'arriviez toujours pas à vous faire une idée de l'homme que je suis? Contactez-moi. On prendra un verre et on en jasera...

S'il est possible de se faire une idée d'un homme par ses **expériences**...
Je suis un animateur de radio qui donna quelques années de sa vie à la fabrication de CDs et de DVDs. Je suis un diplômé de communications et de marketing, qui s'est fait prendre par la Toile, il y a plusieurs années déjà.

S'il est possible de se faire une idée d'un homme via ses **passions**...
Je suis un mélomane méditant, un gars de pub qui carbure au thé vert, le tout mélangé dans le corps d'un semi-sportif qui ne lit jamais de fiction.

S'il est possible de se faire une idée d'un homme à travers ses **valeurs**...
Je suis un enfant qui n'a pas eu le choix de vieillir. Un rassembleur né, armé d'une patience légendaire. Un leader de deuxième rang, éternellement reconnaissant.

Marc-André Laporte / malaporte@donnetamusique.com

Remerciments

Isa pour la job de graphiste, les corrections et tout le reste.
Joe pour ta rapidité d'exécution et ton point de vue.
Tous les gens merveilleux avec qui je partage cet intérêt
et avec qui, j'ai eu le plaisir de jaser au cours des derniers mois.
Et pour terminer, mon feed RSS sans quoi,
ce projet aurait pris beaucoup plus de temps à voir le jour.

Ce document peut être partagé, cité et utilisé
sauf pour usage commerciale.
Il serait apprécié de donner crédit à l'auteur
et de créer un lien vers
Donne ta Musique (http://www.donnetamusique.com)
lors de votre utilisation.
Merci

Cette création est mise à disposition selon le Contrat Paternité-Pas d'Utilisation Commerciale-Partage des Conditions Initiales à l'Identique 2.5 Canada disponible en ligne http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ca/ ou par courrier postal à Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.