



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

Marketing, promotion, monétisation et mobilité

Virginie Berger

**®ÉV
OLU
TIC**



centre d'information et de ressources
pour les musiques actuelles

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.

L'irma et Virginie Berger présentent

Musique et stratégies numériques

Marketing, promotion, monétisation et mobilité



Sortie

le 4 mai 2011

15 €

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

Comment se servir du marketing numérique pour optimiser la promotion et la distribution des œuvres ?

Comment créer une stratégie musicale innovante dans un environnement numérique complexe ?

Comment développer les relations entre artistes et fans ?

Comment « monétiser » et rentabiliser les activités de l'artiste dans un monde qui change de modèle économique ?

Virginie Berger part du postulat que l'artiste ne peut survivre sans consolider un véritable lien avec son public. 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 plates-formes...

Elle aborde toutes les solutions pour exister dans un environnement concurrentiel et numérique...



L'auteur : Virginie Berger a plus de 12 ans d'expérience dans les médias, les technologies et l'industrie musicale. Cette ancienne directrice marketing de MySpace, passée aussi par NRJ et Microsoft, est manager d'artistes, formatrice et a créé Don't believe the Hype (virginieberger.com), agence en stratégie musicale, dédiée aux artistes, labels, producteurs, médias et managers en France et à l'international.



Pour plus d'informations sur l'ouvrage et la collection

écrivez-nous à editions@irma.asso.fr

Musique et stratégies numériques

Marketing, promotion, monétisation et mobilité

Virginie Berger

Sommaire

Chapitre I • Marketing et web marketing

Les fondamentaux du marketing et de la promotion

Les différents types de fans

Les six piliers du *web marketing*

Le développement de la base fan

Travaux pratiques : définition concrète des objectifs et actions

De nouveaux outils pour de nouvelles utilisations

Les plates-formes e-commerce type agrégateurs

Les distributeurs numériques

Chapitre II • Mettre en place sa présence sur le web

Le site web artiste

Les réseaux sociaux (MySpace, Facebook, Twitter, Youtube)

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

Comment s'appuyer sur la base fan ?

Le *direct-to-fans*

Les stratégies de contenu en fonction de chaque outil (blog, Facebook, Youtube, Twitter, MySpace, Flickr, Wikipédia)

Fédérer son public : l'email, la *newsletter* et le marketing viral

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

Sous quel format proposer sa musique ?

Utilisation concrète : comment vendre son album ?

Comment utiliser le web pour faire la promotion de ses concerts ?

La monétisation à travers d'autres sites

Musique et stratégies numériques

Marketing, promotion, monétisation et mobilité

Virginie Berger

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 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.

- **Un recueil de fiches pratiques :** *Tout savoir de la scène au disque.*

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 :

- **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



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