

La promozione e la vendita di musica, attraverso dischi, concerti e video, richiede strategie diversificate che integrino la comunicazione digitale e le performance live. Etichette discografiche e artisti possono applicare “ricette” diverse a seconda dei propri obiettivi e budget.

La mia idea è che le etichette più piccole possano promuovere più artisti contemporaneamente attraverso lo stesso evento live. Gli eventi con più artisti, in location piccole o grandi, sono anche un canale privilegiato per la vendita di cd e vinili.

Volendo invece elencare i punti più importanti di una strategia web, per la condivisione e vendita di musica di qualsiasi genere, direi che è necessario che le pagine Facebook delle etichette discografiche abbiano almeno qualche decina di migliaia di fan sul territorio nazionale, in modo da poter assicurare gli organizzatori di eventi di altre città sulla possibilità di coinvolgere il pubblico locale negli eventi della propria etichetta.

La numerosità dei fan sulla pagina è anche un segnale utile per la distribuzione di cd e vinili nei negozi di quella città. Per avere pagine interessanti c'è bisogno però di condividere contenuti vari e di qualità, in modo da motivare i fan della pagina a seguire gli artisti promossi. Per quanto riguarda youtube, un pezzo di successo può essere fonte di guadagni pubblicitari per l'artista, per l'etichetta e quindi anche per ulteriori produzioni.

Promuovere una pagina facebook in tutta Italia può essere molto costoso e dispersivo. Sponsorizzarla solo nelle grandi città può servire a investire budget più piccoli e soprattutto a costruire un seguito numeroso per gli eventi live nella città considerata. □

Se sei interessato al mio supporto per questa idea imprenditoriale contattami su questa pagina.