Essendo un appassionato lettore di libri e ascoltatore di musica su Cd da molti anni, mi è venuta voglia di annotarmi qualche idea di marketing anche su questo argomento, su questo tipo molto particolare di prodotto.

Un libro si legge in una settimana o in un mese, più o meno, e poi magari può capitare di risfogliarlo negli anni successivi o rileggerlo tutto.

Un Cd si ascolta in un'ora, più o meno, e a volte ci si ritorna periodicamente per anni. Questo, prima che tutta la musica, o quasi, fosse gratuita sul web, sulle varie piattaforme disponibili negli ultimi anni.

Bisogna dire che un Cd su un impianto anche discreto è molto più ricco di suono rispetto a quello disponibile in streaming e che foto, testi, grafiche e le varie note sugli artisti presenti nella produzione, sul cartaceo del libretto allegato al cd, sono ancora un'esperienza diversa, anche se sostituibile da quella gratuita sul web.

Dunque, Cd e libri hanno avuto destini diversi con lo sviluppo del web e per via dell'influenza che il web ha avuto su domanda e offerta di musica nelle varie situazioni e supporti. Ma in entrambi i casi per un autore nuovo o indipendente è molto difficile fare grandi volumi di vendita, soprattutto negli anni più recenti, mi sembra.

Comunque, considerando Cd e libri, stiamo parlando di due "prodotti culturali" capaci di avere importanti e durature influenze sui nostri atteggiamenti e esperienze della vita, sulle nostre competenze e sui nostri saperi più superficiali e profondi.

Sicuramente anche un paio di scarpe, di marca o meno, sono altrettanto importanti ma nel primo caso si parla di valore formativo, sentimentale, psicologico e in un altro, volenti o nolenti, si è più legati a un valore d'uso molto più pratico, anche se può essere psicologico anche per le scarpe, a volte.

Nella grafica che segue ho voluto schematizzare dei punti, partendo dai quali ciascun lettore di questo articolo può fare i suoi ragionamenti, prendendo in considerazione il successo commerciale di vari musicisti e scrittori anche molto diversi tra loro.

Per esempio a che cosa è dovuto il successo commerciale dei primi libri della saga di Harry Potter? E a cosa è dovuto il successo commerciale del Nome della Rosa di

Umberto Eco. A che punto della carriera Luciano De Crescenzo ha cominciato a vendere in Italia, e nel resto del mondo, i suoi libri di filosofia greca. Qual è la differenza tra Pino Daniele e Sting, e tra Vasco Rossi e Gianni Morandi, in termini di vendite, meccanismi promozionali e distributivi?

Ogni caso meriterebbe almeno un lungo articolo, per il quale sarebbe anche lungo ricostruire dati e meccanismi editoriali. Poi, bisognerebbe prendere in considerazione anche dei piccoli successi editoriali del passato e presenti, ma preferisco scrivere un’articolo molto breve e offrire solo qualche spunto di riflessione con lo schema che segue.

Contattami per idee e proposte di collaborazione!

Perché è molto difficile vendere Cd e libri?

...è tutto un complesso di cose ma sinteticamente i problemi possono riguardare....

Visibilità dell'autore
(TV, giornali, web)

Visibilità e distribuzione dell'oggetto
(numero di vetrine digitali/fisiche)

Contenuto dell'oggetto
(qualità, desiderabilità, innovatività)

Prezzo dell'oggetto
(accessibilità, convenienza, benefici)

https://ripensailtuolavoro.massimopizzo.com