



BOOSTE TON PROJET !

Comment construire sa fan-base ?

Le fan est au groupe de musique ce que le téléspectateur est au 13h de TF1. Pas de spectateur, pas d'audience. Pas d'audience, pas de journal télévisé.

A l'aube de votre carrière, il s'agit donc de vous soucier, avant toute autre chose, de votre public cible. Quelles sont les tendances du moment ? Quelles musiques s'exportent le mieux à l'étranger ? Quelles sont les marchés prometteurs ? Se dessinera alors progressivement un panel d'auditeurs types auxquels il ne vous restera plus qu'à proposer la musique qu'ils ont envie d'écouter.

Grâce à cette technique, plus communément appelée benchmarking, fini le temps perdu à jouer dans des bouges vides et finis les tourments existentiels à se demander si votre musique plaira ou non aux autres. Dans le monde d'après comme dans celui d'avant, l'heure est plus que jamais à l'efficacité et à la rentabilité. Sinon, pour toute question sur la fan-base, voyez directement avec le groupe Ace of Base.

Geoffrey SEBILLE 



BOOSTE TON PROJET !

Comment tourner à l'international ?

Pour toucher un maximum de clients et couvrir le plus de marchés possibles, il est impératif que votre projet musical s'exprime en anglais.

Quelle est la langue la plus parlée dans le monde ? L'anglais. Dans quelle langue doit donc chanter votre groupe ? L'anglais. CQFD. Je dirais même : « si kiou aif di ». Oubliez les dialectes locaux, les patois abscons, les instruments folkloriques et le patrimoine de l'Unesco. Upgradez d'urgence tout votre répertoire (ainsi que le nom de votre groupe tant qu'à faire) en anglais. Vous mettrez ainsi toutes les chances de votre côté pour optimiser vos custom target et atteindre voire dépasser votre chiffre d'affaires prévisionnel. À vous les tournées internationales, la mi-temps du Superbowl et, pourquoi pas, la couverture d'ILLICO! Sinon, pour toutes questions concernant l'accent british et les verbes irréguliers, voyez directement avec Mathieu Bogaerts et son disque ***En Anglais***. Cheers.

Geoffrey SEBILLE 



BOOSTE TON PROJET !

Comment réussir une interview ?

Être musicien au XXI^e siècle ne consiste pas seulement à faire de la musique mais aussi et surtout à parler de sa musique.

Dans cette perspective, une bonne séance de media training s'impose. Avant chaque interview, vous devez vous accorder en interne sur les éléments de langage à transmettre aux journalistes. Votre storytelling est-il au point ? Quelles sont vos ambitions de carrière à court, moyen et long terme ? Comment définir de manière catchy votre style ? Quelle que soit la question, orientez la réponse avec des mots-clés qui optimiseront le référencement de l'interview sur l'Internet. Enfin, dans une logique de visibilité proactive, ciblez uniquement les rédactions parisiennes et oubliez les radios associatives de province et autres fanzines d'amateurs.

Sinon, pour toute question concernant le media training, voyez directement avec Nirvana et l'interview que le groupe a donnée en 1991 au festival de Reading.

Geoffrey SEBILLE 



BOOSTE TON PROJET !

Comment optimiser ses répét's ?

Parce que le temps, c'est de l'argent et que l'argent, c'est le bonheur, le moment est venu d'éradiquer ce rituel pénible et ringard qu'est la répétition.

Souvenez-vous, le monde d'avant. la répétition du mardi soir. Un local mal isolé et bas de plafond. Les retards successifs des uns et des autres. Les cordes qui cassent. Les nerfs qui lâchent. Heureusement, le Covid est passé par là et, avec lui, l'achèvement de la numérisation de nos existences. Ainsi, le meilleur moyen d'optimiser ses répét's en 2022, c'est de supprimer les répét's et de jouer chacun chez soi. Finis la promiscuité, les commentaires douteux et les odeurs de transpiration. Dans le monde d'après, la musique se fait en ligne via Zoom et Google Drive. C'est propre, efficace, écologique et peu onéreux. Que demander de plus ? Sinon, pour toutes questions concernant la musique et la répétition, consultez la discographie de Philip Glass.



BOOSTE TON PROJET !

Comment préparer ses concerts ?

Les concerts sont aux projets musicaux ce que les compétitions sont aux athlètes. Rien de tel qu'un coach autoritaire pour atteindre et battre des records de performance.

Comment réussir son entrée et sa sortie de scène ? Quelle attitude adopter face au public ? Comment ne pas bafouiller entre les chansons ? Parce que les concerts sont des moments d'engagement physique et émotionnel intenses et que rien ne doit être laissé au hasard, le coach scénique et artistique (souvent, un intermittent du spectacle qui a des heures à tuer) sera votre meilleur allié. Au programme : gestion et optimisation de l'espace, cohérence de la set-list, bilan de compétences, travail sur l'estime de soi et consolidation de la synergie de groupe. Grâce à cette to-do list bienveillante et responsable, votre discours retrouvera l'impact nécessaire pour fidéliser votre audience. Sinon, pour toute question concernant le coaching, voyez directement avec Aimé Jacquet.



BOOSTE TON PROJET !

Comment établir sa stratégie ?

À l'instar de tout nouveau produit lancé sur le marché, un groupe doit envisager sa stratégie de développement à 360 degrés.

Pas 140, pas 270, non : 360 degrés. En 2022, être un artiste ne suffit plus, il faut être un artiste-entrepreneur. Autrement dit, connaître tout sur tous les métiers de l'industrie musicale, excepté le métier d'artiste. Dans un contexte de concurrence mondialisée, le musicien moderne ne se distingue plus par une quelconque authenticité mais par son aptitude à discerner les droits d'auteur des droits voisins, sa capacité à mobiliser les média avec un Electronic Press Kit digne de ce nom, son habileté à programmer des retroplanning de sortie d'EP, sa vélocité à fédérer ses communautés sur les réseaux sociaux et, surtout, son ingéniosité à communiquer.

Résumons : pour atteindre le succès, misez tout sur le 360. Sinon, pour toute question concernant la stratégie et la synergie avec vos collaborateurs, rendez-vous sur le site pipotronic.



BOOSTE TON PROJET !

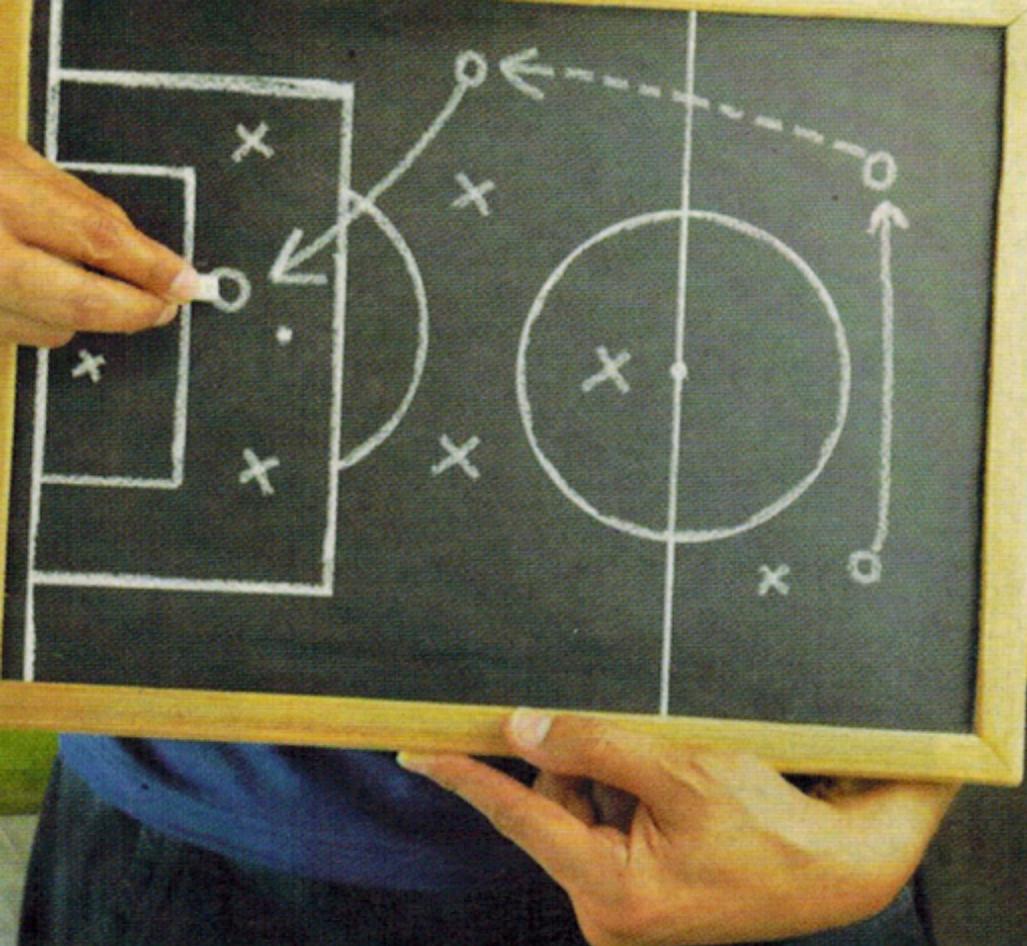
Comment virer son bassiste ?

Les groupes n'étant plus des groupes mais des « projets », il convient de mener à l'interne une politique rigoureuse en matière de ressources humaines.

Votre carrière n'avance pas comme vous le souhaitez ? Les paliers que vous vous étiez fixés n'ont toujours pas été franchis ? Pas de panique, il suffit de vous séparer des éléments qui ralentissent votre expansion. Pour cela, opérez comme dans toute entreprise digne de ce nom. Convoquez le fauteur de trouble (en général, il s'agit du bassiste) et plutôt que de reconnaître une erreur de recrutement mutuelle, intimidez-le et sommez-le de nouveaux objectifs impossibles à atteindre. Acculé, embarrassé, contraint, ce dernier finira par proposer lui-même son départ, vous évitant ainsi de faire le sale boulot.

Sinon, pour toute question concernant les RH, voyez directement avec Toby Flenderson.

Geoffrey SEBILLE 



BOOSTE TON PROJET !

***Comprendre l'écosystème
des Musiques Actuelles.***

**Tel des bacheliers en proie
aux affres de l'orientation
professionnelle, les groupes
doivent se renseigner sur les
métiers de l'industrie musicale.**

Se lancer dans une carrière artistique sans rien savoir des profils de vos potentiels collaborateurs peut nuire à la stratégie opérationnelle et au rendement de votre projet musical. Heureusement, **Booste Ton Projet**, en totale synergie avec ILLICO!, est là pour vous donner un peu de méthodologie et vous rappeler qui fait quoi. Les éditeurs éditent. Les bookers bookent. Les tourneurs font tourner. Les diffuseurs diffusent. Les producteurs produisent. Les programmeurs programment. Les managers managent. Les maisons de disques font des disques. Voilà. Sinon, pour toute question concernant « l'écosystème des métiers des musiques actuelles », voir directement avec les Ogres de Barback qui font tout tous seuls depuis toujours sans rien demander à personne. Ou presque.

Geoffrey SEBILLE 