

A NEW LABEL .COM

La comunicación es el complemento más importante que debe acompañar a un artista y su disco ya que, sin promoción, nadie lo conoce, no llega al público y por lo tanto, no existe.

La Distribución Digital es la colocación del disco del artista en las principales plataformas digitales del mundo: iTunes, Google/Youtube, Spotify, Deezer, Amazon, Movistar, etc.

Pero para que el público vaya a buscar ese repertorio debemos llamar su atención. Como siempre ha funcionado la mejor forma de tener un buen lanzamiento es tener una buena promoción. **A New Label** se encarga de promocionar músicos de una manera efectiva, a un público altamente segmentado del mismo género musical y gustos del artista. Ésta es un guía de los pasos a seguir para conseguir el mejor rendimiento con el lanzamiento de un producto.

Pasos a Seguir: Promoción de Lanzamiento de Disco:

Aquí establecemos una serie de pasos a seguir para que el lanzamiento de un disco o single no pase desapercibido ante el público. Hay que llamar la atención sobre su salida e incentivar al público a que tenga ganas de consumirlo.



1. Establecer un calendario de salida



La anticipación y organización de un calendario de salida es la mejor forma de conseguir los máximos beneficios en un lanzamiento. Hay que planificar con tiempo las novedades, darles su propio espacio y tiempo de vida para que puedan surtir efecto. Es importante mantener este calendario sin sufrir retrasos por asuntos tales como masterización, diseño de portada, edición del videoclip, etc.

Con un buen calendario se puede sacar el máximo provecho del lanzamiento.

2. Programar una preventa exclusiva con Instant Grat



La preventa es una herramienta disponible en iTunes, Amazon y Google Play. Consiste en habilitar la posibilidad de reserva de un álbum antes de la fecha de salida oficial del disco. Estas preventas se contabilizan como ventas el día de lanzamiento, aumentando la posibilidad de mejorar el posicionamiento en las listas de venta de las plataformas.

El plazo adecuado para la preventa de un disco es de un mes, dándonos un tiempo más que suficiente para las tareas de promoción que llamen la atención de la venta de este disco.

En iTunes la preventa nos da una herramienta adicional a tener en cuenta: los Instant Grat. Es decir programar qué canciones recibe quien realice la preventa. Esto nos da un motivo excelente para compartir en redes sociales el anuncio de la preventa. Hay que tener en cuenta que una preventa adecuada tiene al menos cuatro temas Instant Grat.

Otra herramienta adecuada es permitir la pre escucha, la opción de escuchar 30 segundos de cada canción para animar al público a realizar la compra.

Unos buenos resultados en la preventa hacen que las plataformas posicionen mejor nuestro producto, ya que ven las posibilidades de venta que tienen en el futuro.

3. Presentación del single



Así como se hace con lanzamientos importantes en radio y televisión, en las plataformas digitales hay que crear un interés por el producto. Eso lo hacemos dando publicidad y promoción a la publicación de un single. Tener singles por separado aporta valor a un lanzamiento proporcionando al fan un producto distinto y peculiar que poseer, gastando poco dinero y teniendo un anticipo del trabajo completo. Además el single es el formato ideal para tratar de entrar en las playlist que elaboran las plataformas digitales y demostrar la capacidad de venta del grupo en cuestión.

La preventa del single debe durar entre 7 y 15 días, dependiendo de las herramientas de promoción disponibles para ese single. Es importante centrarse en ese single, pero no olvidar que es una forma de trailer para la salida de un disco completo. Antes de la salida del álbum se pueden trabajar dos o tres singles, dejando un mínimo de dos semanas entre la salida del último single y la salida del disco.

4. Promoción en redes sociales



Las plataformas tienen muy en cuenta los números en redes sociales, para ver qué público potencial tiene el artista y qué flujo de gente puede derivar a otra página web. Viendo una noticia en Facebook y con un solo click puedes colocarte en iTunes y estar a otro click de comprar una canción. Las redes sociales son la mejor herramienta de promoción para la venta de contenidos digitales.

Una prevented sin acciones en redes sociales no surtirá efecto, de la misma manera que no se vende un disco si no se anuncia su salida. Hay que marcar un buen timing para no aburrir al fan con un exceso de noticias, pero tenerle suficientemente motivado para que no se pierda ver la novedad del single o videoclip. Es decir la creatividad en las redes sociales causará un mayor interés en nuestro producto.

Publicar cada tres o cuatro días un post en redes sociales recordando que hay una prevented o salida del single puede marcar la diferencia de un lanzamiento u otro. Pero siempre debemos procurar ofrecer algo nuevo para mantener un interés en nuestros seguidores. No basta con sacar siempre el mismo anuncio, así sólo conseguimos saturar y aburrir, debemos tomarnos en serio crear una promoción lineal que avance en el tiempo hasta la salida del producto.

Para ello orientamos la publicidad a las principales redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter.

¿Por qué estas redes sociales?



El 90% de los usuarios de estas redes tienen instaladas las aplicaciones en sus móviles. Cuando estos usuarios revisan las últimas noticias, nuevas fotos o tweets, encontrarán rápidamente la publicidad del (Nuevo Disco, Próximos Conciertos, Contrataciones, Descargas, et...). Es llegar directamente al bolsillo de los nuevos Fans.

Por eso es muy importante el desarrollo de una campaña efectiva, dar el mensaje de una manera clara, creativa, viral y lo más atractiva posible. Esto se hace gracias a la colaboración mutua con el artista y con el trabajo creativo de **A New Label**.

Existen diferentes formas de realizar eventos atractivos para llamar la atención del fan y mantenerlo

pendiente del lanzamiento. En esta situación nuestra creatividad no tiene por qué tener límites.

- Evaluación y re diseño de la portada de la Fanpage en Facebook del artista anunciando el nuevo álbum con iconos de las principales plataformas digitales Spotify, iTunes, etc...
- Creación de anuncios explicando la creación del single, incluyendo fotos de la grabación y/o conciertos, fotos de promoción del nuevo álbum etc.
- Pre escucha de un máximo de 30 segundos del single, incluyendo estas escuchas en las plataformas de venta.
- Videos de saludo a los fans del artista invitando a escuchar el single, de la grabación del single, de una parte del single en acústico, de actuaciones ya realizadas, creación de spots publicitarios hablando del single, etc.
- Llamadas a la acción mediante anotaciones, miniaturas, etc.



Por supuesto todo anuncio que se haga debe llevar aparejado los enlaces de venta del single. Cuanto más se facilite el trabajo al público mejor rendimiento se obtendrá.

Se pueden hacer muchas cosas interesantes, echándole ganas y proactividad. También se puede realizar una inversión en campañas publicitarias que ofrecen las redes sociales. No sólo los fans dan un me gusta y comparten el contenido, se puede llegar a nuevos fans contratando una campaña y definiendo muy bien el segmento de público que queremos que reciba esta publicidad. Con ello formamos una cadena viral tanto de los contactos de la persona como de posibles nuevos fans. Hay que pensar que todo lanzamiento no sólo se orienta los fans ya formados, sino a aquel público que todavía no nos ha conocido pero puede convertirse en uno de nuestros seguidores.

Esta publicidad puede estar orientada tanto a nivel local como a nivel internacional. Si el artista desea una promoción en países específicos ésta se orienta exclusivamente al público segmentado de los países interesados. Una campaña en Facebook puede empezar desde 20 €, cuanto más se quiera invertir más público potencial se alcanzará, pero es vital segmentar bien a qué tipo de público atacar para sacar un máximo rendimiento de la inversión.

5. Inclusión del videoclip



Por supuesto una de las mejores herramientas es la realización de un buen videoclip del single. Algo que también necesita su espacio en las redes sociales y su promoción de manera similar

- Evaluación y rediseño de la portada del canal en Youtube del artista anunciando el nuevo álbum con iconos de las principales plataformas digitales Spotify, iTunes, etc.
- Creación del canal Vevo para el estreno del videoclip.
- Inclusión en Youtube de todos los videos promocionales usados en las redes sociales, así como el making off de la grabación del videoclip.

Youtube es una plataforma que se debe trabajar como una red social más, teniendo en cuenta el número de seguidores que consigue, el contenido que ofrece a sus seguidores y los plazos de publicación para mantener el interés de los mismos en su canal. Trabajar bien nuestro canal de Youtube no sólo es un apoyo vital a la promoción de un artista, sino que además es una vía de multiplicar los ingresos de un lanzamiento.

6. Reactivar el fondo de catálogo



No hay que centrarse sólo en las novedades. El fondo de catálogo es un recurso importante a la hora de llamar la atención de los antiguos y nuevos fans. Incorporar en las plataformas el fondo de catálogo y crear recopilatorios con él es una manera de maximizar beneficios y de mantener la atención en la salida del nuevo disco.

Una preventa efectiva puede reactivar canciones antiguas y rivalizar en visitas con las nuevas. Hay muchos casos en los que, en los primeros meses, se obtiene mayor beneficio con el fondo de catálogo que con la preventa del nuevo álbum.

7. Ringtones y telefonía móvil



Los productos para telefonía móvil son una fuente de ingresos que no podemos perder de vista. Al preparar un lanzamiento hay que tener en cuenta a esos fans que quieren poner una parte de la canción como tono de llamada o como ringbacktone. Dejando preparado un fragmento del single facilitamos ese proceso y ampliamos las plataformas de inclusión de venta de este producto.

8. Perfiles Sociales en plataformas



Aparte de los perfiles sociales habituales hay que tener en cuenta los beneficios de tener tu propio perfil de artista en plataformas como Spotify e iTunes. Tener el control de estos perfiles y su actualización permite optimizar el trabajo en las plataformas, así como emprender acciones para captar seguidores y mejorar el funcionamiento del catálogo.

9. Las playlist



¿Por qué almacenar gigas y gigas de música cuando puedes buscar una playlist adecuada al momento que necesitas?

Facilitar ese trabajo es sencillo, piensa en una temática y prepara un listado de canciones que encajen en ella. La mejor forma de asegurarse de tener nuevos seguidores es elaborar playlist que funcionen e incorporen tu catálogo.

10. No sólo del digital vive el artista



Hay que entender que esto es una guía para sacar el máximo provecho de un lanzamiento digital, y una forma de darse a conocer fuera de las fronteras del país de cada uno. Es una herramienta importantísima, pero no la única. Un buen lanzamiento debe estar ayudado por las formas de promoción tradicionales como radio, televisión y prensa; y por supuesto un disco es la muestra de nuestro trabajo, un trabajo que se concreta con los shows en vivo algo que nunca se debe dejar de lado.

El lanzamiento digital es un arma más para darnos a conocer, un arma que además puede dar beneficios inmediatos, lo que nos obliga a pensar en ella pero no centrarnos en exclusiva y dejar de realizar otras tareas.

Con esta guía se trata de dar una información necesaria para poder hacer un lanzamiento de forma eficaz. Ver todas esas acciones que nosotros mismos podemos realizar para intentar que el máximo número de gente conozca nuestro trabajo. Ante esto podemos usar la manera de “háztelo tú mismo” o contratar personal cualificado para llevar a cabo todo el proyecto o partes de él. La cuestión importante es no parar de trabajar y seguir moviendo la música.

Presupuestos y más información

CONTACTO

Jorge Alberto Lozano Jiménez

638070699

E-mail: jorge@anewlabel.com

Web: www.anewlabel.com

A NEW LABEL
.COM