



Los músicos a menudo se enfocan en aparecer en listas de reproducción (Playlists) especializadas o curadas por la plataforma, ya sean compilaciones semanales de Spotify como Novedades viernes (NMF), listas enfocadas en algún estilo en particular o en listas de reproducción alternativas creadas por usuarios independientes.

No hay duda que estas listas pueden darte visibilidad y son una buena vitrina para mostrar tu música a más gente. Sin embargo, no son la herramienta principal para sumar streams a tu música. Es más eficaz lograr posicionarte en listas de reproducción algorítmicas como "Discover Weekly" y "Release Radar".

Es sabido que solo el "Release Radar" genera más reproducciones que cualquiera de las listas de reproducción curadas por Spotify. Tu radar de novedades

¿Pero, por qué?

¿Cómo pueden los artistas empezar a aprovechar esto y entrar en listas de reproducción de Spotify como éstas?

Antes de profundizar en el tema del "Release Radar" y "Discover Weekly" individualmente, te presentamos un par de consejos que se aplican para obtener estas dos listas de reproducción basadas en algoritmos:







1.-Publica música nueva con regularidad

Es lógico que mientras más música publiques, más posibilidades tendrás de aterrizar en las listas de reproducción como el "Discover Weekly" o "Release Radar" de los usuarios de Spotify.

Sin embargo, la calidad es más importante que la cantidad, por lo que si su producción es alta, asegúrate que el estándar de cada versión también sea alto.



2.-Mantener todos los esfuerzos promocionales en curso

Centrarse por completo en Spotify es un error muy común. Si uno se obsesiona con las listas de reproducción de Spotify, se perderá otras oportunidades promocionales, Entre ellas, destacamos los programas en vivo, anuncios en redes sociales, "email Marketing" para músicos, la generación de contenido, etc.

Todas estas herramientas tienen sus beneficios específicos y pueden afectar positivamente su desempeño en Spotify a su manera. Te invitamos a que revises nuestra guía de <u>cómo promocionar tu música el 2021</u>, para que puedas saber cómo implementar estas herramientas en tu plan de Marketing.







3.-¿Cómo funciona el "Release Radar" y "Discover Weekly"?

Cada usuario de Spotify recibe su propia lista de reproducción "Discover Weekly" una vez a la semana. Esta lista de reproducción se basa completamente en los gustos musicales de ese usuario específico, y no es curada por el personal editorial de Spotify, sino que por un algoritmo inteligente que analiza los hábitos de escucha individuales y selecciona canciones similares que un determinado usuario puede no haber escuchado antes.

Tu radar de novedades

Entonces, ¿cómo aumentar las posibilidades de que tu música se incluya en el "Discover Weekly" de un fan potencial?

4.-¿Cómo ser agregado a otras listas de reproducción?

Spotify basa sus selecciones de "Discover Weekly", en gran medida, en otras listas de reproducción en la plataforma. Y atención, porque no se trata solo de listas de reproducción con un millón de seguidores. El algoritmo utiliza datos en cada lista de reproducción para determinar gustos, similitudes de artistas y lo que otros oyentes podrían disfrutar, ya sea una lista de reproducción con miles de oyentes diarios, una lista de reproducción privada de un usuario o una lista pública con sólo unos pocos seguidores. Todos cuentan. Entonces, es muy importante lograr que tu base de fans empiece a agregar tu música a sus listas privadas.

Para eso es recomendable crear una playlist de artista y ponerla en tu perfil con las mejores canciones de tu repertorio junto a canciones similares de otros artistas y empezar a promoverla en tu base de datos. Así no solo estarás promocionando tu música sino que empezarías a educar al algoritmo con datos de otros artistas que tengan oyentes en común.







5.-Crea buena música y fomenta el compromiso.

Vamos a sacar esto del camino. Si tu música es mala o está en mala calidad, tendrás altas tasas de omisión y poca participación / retención de oyentes, y el algoritmo del "Discovery Weekly" no te tomará en cuenta.

Hoy por hoy, si lo que se quiere lograr es aumentar las escuchas en las plataformas digitales, es muy necesario tener una baja tasa de omisión (Skip Rate), un buen número de canciones agregadas a listas de reproducción privadas y entrar a listas de reproducción curadas por la plataforma.





Por otro lado, no se trata sólo de cuántas reproducciones tienes. En general, un single con al menos 20.000 reproducciones tiene buenas posibilidades de lograr el objetivo, pero desde el punto de vista del algoritmo de Spotify las métricas más importantes incluyen la proporción de tus canciones que se escuchan hasta el final, cuántas personas las guardan, cuantas son agregadas a listas de reproducción privadas y si son compartidas en redes sociales, etc. Este tipo de acciones de interacción es clave.



6.-¿Cómo obtener música en Spotify Release Radar?

Aunque el "Release Radar" todavía se basa en un algoritmo, es un poco menos complejo cuando se trata de comprender cómo y por qué se incluye música en estas listas de reproducción. Al igual que "Discover Weekly", cada lista de reproducción es semanal y única para cada usuario. Pero en lugar de mostrar artistas que el usuario aún no ha descubierto, ofrece hasta dos horas de nuevos lanzamientos de los artistas a los que ya siguen o escuchan con regularidad. ¿Cómo se logra entrar a esta lista de reproducción?









7.-Haz que los fans te sigan en Spotify

Por lo general, tu música solo aparecerá en las listas de reproducción de Release Radar de las personas que siguen tu perfil de artista, así que si quieres asegurarte de que conozcan tu último single, pídeles que te sigan en lugar de simplemente escuchar tu música pasivamente en Spotify. Para esto, puedes implementar campañas dentro de Redes Sociales o de Email Marketing con un CTA (Call to action) para que sigan a tu perfil en la plataforma. También puedes realizar concursos por merch o por el álbum físico firmado. Es aquí donde la creatividad juega un rol fundamental. Una vez que acumules un buen número de seguidores, esos fanáticos serán notificados a través de esta lista de reproducción cada vez que lances nueva música.



8.-Lleva a los oyentes a Spotify

Es esencial que en cada plan de Marketing de lanzamiento esté incorporado Spotify en todos los esfuerzos promocionales. Por ejemplo, dentro del comunicado de prensa debes poner los links de escucha o del perfil y solicitar a los blogs o medios web que incluyan el lanzamiento incrustado desde Spotify. Si vas a realizar una campaña con influenciadores, es necesario que estos deriven gente al perfil. Cuantos más fans lleguen a tus canciones de Spotify desde "fuera de la plataforma", mejor.





Las listas de reproducción basadas en algoritmos de Spotify como "Release Radar" y "Discover Weekly" no solo generan millones de reproducciones para artistas. Pueden sumar hasta MIL MILLONES.

Los fanáticos de la música tienden a consultar estas listas de reproducción primero cuando buscan música nueva basada en sus gustos específicos o una nueva pista de sus artistas favoritos. Hoy por hoy, la promoción digital tiene un peso tremendo a la hora de tener un lanzamiento, así que no desaproveches la oportunidad de ser descubierto por nuevos fans y que tu música llegue a los lugares más remotos del planeta.





