



B P M M
BOLIVIAN POWER MUSIC MARKET

**¿Cómo promover
tu música en 2021?**

Puede parecer de perogrullo, pero es necesario decirlo. La preocupación primordial de todo músico es hacer... buena música.

Es posible que sigas todos estos consejos al pie de la letra, pero si tu single, EP o álbum no está bien escrito y no está bien producido instrumental y profesionalmente, te encontrarás con el primer gran obstáculo.

Una vez solucionado este ítem, veamos las mejores formas de promover tu música de forma independiente en el panorama musical moderno.



1.-Crea un sitio web y una lista de correo

Crear un sitio web profesional y elegante como base para la presencia en línea de tu proyecto es muy importante. Sin embargo es **VITAL** que armes una lista de correo grande y dedicada. El sitio web debe incluir enlaces a tu:

MÚSICA



BIOGRAFÍA



FOTOGRAFÍAS



**CALENDARIO DE GIRAS Y
CONCIERTOS**



ACTIVIDADES ONLINE



**VINCULACIÓN RRSS Y
PLATAFORMAS DIGITALES**



Es fundamental incluir también un formulario de registro de la lista de correo. El Marketing por correo electrónico ofrece acceso directo a las bandejas de entrada de las personas con más probabilidades de interactuar con tu música. Si un fan te entrega su dirección de correo electrónico, significa que quiere saber de ti.

Además, es mucho más probable que le llegue un mensaje sobre tu último lanzamiento o próxima gira que una publicación en redes sociales que pueda estar restringida por la plataforma o tener un alcance limitado.



2.-Desarrollar una presencia social atractiva

El poder promocional de las redes sociales no es ningún secreto. Es esencial desarrollar y mantener una presencia consistente, interesante con perspectiva y atractiva en Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, e incluso en plataformas menos obvias como Snapchat, Clubhouse, etc.

Por otra parte, procura mantener los identificadores de su perfil consistentes para facilitar las cosas a las personas que lo buscan en línea. La idea es crear un ecosistema coherente para conocer:

- La función de cada Red Social y que contenidos crear para cada una de ellas.**
- Qué tipo de contenidos buscan los usuarios en cada una de estas plataformas. Esto te permitirá crear insumos que vayan de acuerdo al mensaje que se quiere comunicar, el estilo del proyecto y jugar con los intereses que se pueda tener en común entre la audiencia y la música.**



3.-Playlisting

Puede ser un pecado muy grave desconocer e ignorar la capacidad de los Playlist. Las listas de reproducción de Spotify, Apple Music, Deezer y otras plataformas llegan a cientos de millones de oyentes en todo el mundo, acumulando miles de millones de streams. Lograr que un single entre en una lista de reproducción popular puede ayudar a acumular miles de reproducciones y como consecuencia, ganancias por regalías.

Ahora, instalar tu música en listas de reproducción seleccionadas es excelente para la conciencia y la credibilidad, pero colocar tu música en listas de reproducción algorítmicas, como "Discover Weekly", puede marcar una gran diferencia en el recuento de transmisiones. Bajo ese punto de vista, vale la pena seguir todas las posibilidades.



¿Cómo logro entrar a una de estas Playlists?

Puedes hacer el Pitch de tu single o álbum en las sección del mismo nombre en las plataformas Backoffice de las plataformas digitales (como el “Spotify for Artist”) o también haciéndolo desde tu agregadora digital de distribución.



4.-Prensa

Si tu música aparece en publicaciones musicales, ya sean revistas convencionales o blogs y webs especializadas, pueden ayudarte a generar publicidad y darte las credenciales para llevar tu carrera musical a un nivel superior.

Contratar a un periodista para manejar su campaña es, generalmente, la mejor manera de obtener una gran cobertura. Pero esto no siempre es asequible o posible para un artista nuevo con un presupuesto limitado.

Las relaciones públicas son una opción para artistas sin un presupuesto lo suficientemente grande. Por eso, es importante acercarse al bloguero y al periodista de la manera correcta.

En primer lugar, él deberá crear un comunicado de prensa electrónico. Esto debe contener toda la información esencial sobre ti y tu música. Los recursos a continuación ofrecen consejos para los músicos que quieren hacerse cargo de las relaciones públicas.



¿Cómo redactar un comunicado de prensa?

Lo importante aquí es definir lo que quieres decir y tratar de responder lo que se conocen como las 6 W (What, Who, Where, When, How, Why).

Cuando tengas claro eso, piensa en un titular llamativo y trata de ser lo más claro posible con la información.

No olvides agregar los links con lo que quieras promover, incluir alguna declaración de la banda y si es posible, de alguien reconocido en el mundo de la música que los pudiera recomendar.

Es importante que seas breve, concreto y evita divagar para que el periodista que lo reciba no pierda el interés. Revisa una y otra vez la redacción y ortografía antes de enviarlo, porque luego de eso no hay vuelta atrás. Léelo en voz alta y pide a un par de personas que hagan lo mismo. “6 ojos ven más que 2”, dice el rezo popular.

¿Cómo hacer un EPK?

El EPK (Electronic Press Kit) es un dossier que entrega información concreta de tu proyecto musical y está dirigido a distintos profesionales de la industria como bookers, publicistas, managers, entre otros.

Te recomendamos acudir a un diseñador para armar este documento, de manera que sea lo más sintetizada y digerible posible y la presentación lo más llamativa.



Debe Incluir:

- ✓ **Biografía del proyecto (nacimiento, integrantes, inspiración, de dónde vienen y los highlights de la carrera).**
- ✓ **Ejemplos representativos de tu música.**
- ✓ **Fotografías y Videos (elige solo lo mejor).**
- ✓ **Links a redes sociales y plataformas de streaming.**
- ✓ **Links a entrevistas o reseñas.**
- ✓ **Fechas de Giras y Conciertos (solo si tienes).**
- ✓ **Información de contacto.**

5.-Videos Musicales

Un video musical emocionante, interesante y original tiene el potencial de volverse viral en línea, incluso si la canción no es un éxito.

No tengas miedo de pensar fuera de la caja cuando se trata de crear un video para tu último lanzamiento. Piensa en el tipo de videos de actos como "OK GO" y "Childish Gambino" que han explotado gracias a la tracción en línea. Tienen algo único e intrigante, ya sea un mensaje subyacente más profundo o un tema peculiar.

Es posible que quieras desarrollar un video musical estándar o imágenes basadas en actuaciones en vivo, lo cual está perfectamente bien. Pero invertir tiempo, creatividad y esfuerzo en sus videos tiene el potencial de generar grandes recompensas.



6.-Conoce tu audiencia y enfócate en tu nicho.

Saber dónde y a quién comercializar tu música puede marcar la diferencia. Existen subculturas musicales prósperas en todos los rincones del mundo, algunas enormes y extensas; otras pequeñas y dedicadas.

Encontrar, conocer y explotar tu nicho musical es clave para tu campaña promocional.

Puede parecer obvio (y debería serlo), pero si eres una banda de metal, toca en lugares de metal, únete a una comunidad de metal y gana fanáticos del metal. Si eres rapero, encuentra lugares de rap, únete a comunidades de rap y gana fanáticos del rap. Y así.

Pero los nichos no siempre se definen por género. Si tu música tiene un atractivo más generalizado, comienza localmente.

Las audiencias generalmente quieren que un artista de su área tenga éxito. Aprovecha esta mentalidad y haz crecer tu base de fans cerca de casa antes de expandirse a nivel nacional o incluso global.

7.-Rodéate de un equipo fuerte

Es posible que prefieras hacer todo tú solo y tener control de todos los detalles para promocionar tu música, pero rodearte de un gran equipo de personas con ideas afines puede generar enormes beneficios.

Si tienes un equipo de personas bien conectadas, que se apasionan por tu música y que trabajan en tu interés, es lógico que tus posibilidades de éxito aumenten.

Si puedes reunir un equipo de amigos que te ayuden de forma gratuita o para obtener una parte de las eventuales ganancias, ¡excelente!

Pero en algún momento, necesitarás adquirir los servicios de profesionales que te ayuden a tener una ventaja en el competitivo mercado de la música. Ya sea una persona de relaciones públicas, un comunicador de radio o un promotor. No hay nada de malo en aceptar ayuda.

También es una buena idea buscar un Manager. Una vez más, asegúrate de que le apasione tu música y crean en ti como artista. Un Manager que haga todo lo posible por ti vale su peso en oro.



8.-Toca en vivo con frecuencia y crea un impacto

Obviamente, esto es mucho más difícil en la era Covid-19, pero los conciertos y las giras ofrecen una forma invaluable de conectarse con los fanáticos. Encuentra la manera de mostrar tu música, ya sea a través de los formatos en vivo de las redes sociales, en sociedad con alguna marca, o en lugares cercanos con público reducido.

Que las audiencias vean lo que puedes ofrecer en el escenarios, desarrollará rápidamente una base de fanáticos nueva y sólida.

Una vez que hayas conseguido un seguimiento local, puedes salir a la carretera y disfrutar de nuevas escenas musicales ciudad por ciudad o incluso país por país. Es decir, te recomendamos que tu ruta comience en casa.

Suena fácil. Y lo es. Hacer giras y tocar en conciertos noche tras noche es un trabajo duro, pero si tienes un espectáculo en vivo increíble, las recompensas hablarán por sí solas.



B P M M
BOLIVIAN POWER MUSIC MARKET

¡GRACIAS!

www.bolivianpower.net