

PROMOUVOIR SA MUSIQUE SUR SNAPCHAT

FICHE PRATIQUE

De plus en plus d'artistes, comme Oboy, Hornet la Frappe ou encore PLK, (re)commencent à être actifs sur Snapchat. Oui mais voilà : c'est un réseau social très **fermé** et **éphémère**. Construire une audience sur Snapchat est difficile et y consacrer du temps peut être rédhibitoire. Voici donc **5 conseils** pour vous rapprocher de votre fanbase, promouvoir votre actu et booster vos streams grâce à Snapchat.

SNAPCHAT : ADAPTÉ À VOTRE PROMO ?

» SNAPCHAT, C'EST QUOI ?

Snapchat est un réseau social de partage photo et vidéo. Les « snaps » peuvent être envoyés à d'autres utilisateurs et expirent après avoir été vus. Ils peuvent aussi être ajoutés à une story, qui disparaît après 24h.

On a beaucoup dit que Snapchat était mort car l'application a perdu beaucoup de terrain. Toutefois, c'est encore le réseau social le plus visité quotidiennement par les 11-24 ans en France. Le lancement de nouvelles fonctionnalités et notamment Sounds, redonnent de l'intérêt à Snapchat pour la promotion musicale.

» UTILE OU SUPERFLU ?

Trois points à considérer :

- **Votre public utilise-t-il Snapchat ?** Les 11-24 ans représentent plus de la moitié des utilisateurs de Snapchat ; pour le reste, l'essentiel a entre 25 et 34 ans.
- **Êtes-vous suffisamment présents sur les autres réseaux sociaux ?** Snapchat est un bon outil pour créer de l'engagement mais pas pour promouvoir la base de votre contenu. Si vous débutez, il vous sera plus utile d'investir d'abord votre temps sur d'autres plateformes, comme Instagram ou Youtube, qui vous permettront de créer un portfolio de votre travail sur la durée. Lorsque la machine de vos réseaux sera déjà lancée, il sera alors judicieux de la compléter avec un compte Snapchat.
- **Avez-vous déjà une audience active sur d'autres plateformes ?** Vous ne serez pas découvert sur Snapchat : pour vous suivre, un utilisateur doit venir vous chercher. Boostez d'abord votre audience Instagram ou TikTok pour promouvoir ensuite efficacement votre compte Snapchat.

Si vous répondez oui à chaque fois, alors il est peut-être temps d'intégrer Snapchat à votre stratégie de promo !

Restez toutefois **dans la limite de ce que vous avez le temps de gérer**. Être présent sur tous les réseaux sociaux n'est pas nécessaire et est très chronophage : choisissez ceux qui vous conviennent le mieux pour y proposer un contenu régulier et de qualité au regard de votre public cible.

CONSEIL N°1 - CONSTRUISEZ VOTRE AUDIENCE EN CRÉANT LA CURIOSITÉ

Sur Snapchat, difficile de découvrir du nouveau contenu. Pour vous ajouter, un utilisateur doit chercher votre pseudo ou scanner le QR Code qui redirige vers votre compte.

Tout passe donc par le **bouche à oreille**. Vous devez pousser votre audience existante à vous rejoindre. Sur Instagram, Facebook et Twitter, mettez votre nom d'utilisateur Snapchat en bio, publiez sur le sujet, laissez votre snapcode en story à la une...

Vous pouvez également créer un contenu disponible exclusivement sur Snapchat : une preview de votre nouveau titre, un concours pour gagner votre merch ou des places de concert...

CONSEIL N°2 - SOYEZ PROCHE DE VOTRE AUDIENCE ET DONNEZ-LUI L'EXCLUSIVITÉ

Snapchat est d'abord un moyen de se connecter à ses amis et à sa famille. Lorsqu'un utilisateur vous ajoute, c'est qu'il cherche à vous suivre au quotidien.

Pour un.e musicien.ne, c'est donc l'occasion de partager les coulisses de son travail, de **donner un regard sur soi** en parallèle de son contenu principal. Pas besoin de proposer un contenu hyper travaillé : il ne restera de toute façon que 24 heures sur Snapchat.

Ce qui compte, c'est le moment, l'émotion : on y est plus instantané que sur Facebook et moins lisse que sur Instagram.

Les deux mots d'ordre de votre contenu sont donc **l'intimité et l'exclusivité**. Votre public viendra vous suivre si ce que vous faites sur Snapchat est cool, inédit, particulier, différent de vos autres réseaux sociaux.

Quelques idées pour créer un espace plus intimiste sur Snapchat : créez un groupe Snapchat avec vos abonnés, snappez votre quotidien, parlez en story de ce qui vous inspire, expliquez les paroles de vos chansons, snappez une session de jam, la préparation d'un concert, racontez quelque chose qui vous est arrivé, parlez de comment vous vous sentez après un live, snappez une discussion avec votre groupe ou votre entourage, montrez ce que vous aimez, ce que vous faites pour vous détendre...

Pour créer l'exclusivité, vous pouvez aussi donner des previews de nouvelles chansons, ou encore annoncer une actu que vous n'avez pas encore annoncée sur vos autres réseaux sociaux.

Pensez aussi à consulter régulièrement les snaps que l'on vous envoie et à y **répondre** : créez-y une connexion beaucoup plus personnelle avec votre public !

CONSEIL N°3 - REDIRIGEZ VOTRE PUBLIC VERS VOTRE MUSIQUE

N'hésitez pas à créer un contact direct avec votre audience en story vidéo pour promouvoir votre actu : invitez-les à écouter votre nouveau titre, à acheter vos places de concert...

Pour cela, utilisez la fonction **« Swipe Up »**, qui vous permet de rediriger directement votre audience sur votre compte Spotify, sur votre chaîne YouTube ou encore une billetterie en ligne. Contrairement à Instagram qui demande un minimum de 12 000 abonnés pour pouvoir utiliser cette fonction, n'importe qui peut s'en servir sur Snapchat.

CONSEIL N°4 - CRÉEZ DES FILTRES ET LENSES POUR PROMOUVOIR VOTRE ACTU

Sur Snapchat vous pouvez créer vos propres visuels (vous trouverez comment faire [juste ici](#)). Cette fonctionnalité est payante, mais c'est un bon moyen de vous promouvoir si vous prévoyez un événement important ou une grosse sortie. Personnalisez-les en fonction de votre actu et proposez à votre communauté de les réutiliser sur leurs snaps. Ils seront actifs sur une période et dans une zone géographique précise (c'est ce qui en détermine le prix !).

- Les **GéoFilters** : Ces cadres à ajouter à un snap peuvent être personnalisés en fonction d'un lieu ou d'un événement. Vous pouvez en créer pour un concert ou une tournée par exemple.
- Les **Lenses** : Une lens est une expérience de réalité augmentée sur un snap. Vous pouvez en créer à l'occasion de la sortie d'un single et mettre votre musique en fond sonore.

CONSEIL N°5 - UTILISEZ SNAPCHAT SOUNDS POUR BOOSTER VOS STREAMS

Sounds est une toute nouvelle fonction qui permet d'intégrer de la musique sur un snap à partir de la bibliothèque musicale de la plateforme (à la manière de TikTok ou Instagram).

Snapchat pourrait donc devenir un réseau social efficace pour le partage de musique entre amis.

Sounds a une particularité intéressante : en swipant vers le haut, l'utilisateur qui reçoit un snap avec de la musique peut être **redirigé sur une plateforme de streaming** pour l'écouter en entier. C'est aussi le cas pour les playlists et les albums. Vous pouvez donc booster vos streams à partir de Snapchat.

Toutefois, cette fonctionnalité est encore en cours de construction, Sounds n'est disponible pour l'instant que sur iOS et n'est pas en lien avec toutes les plateformes de streaming.

À vous d'être créatifs et de trouver de nouvelles façons de vous faire connaître grâce à Sounds, en imaginant par exemple un contenu similaire à TikTok qui inciterait votre communauté à créer des snaps à partir de votre musique (consultez notre fiche pratique [« Promouvoir sa musique sur TikTok »](#) pour trouver des idées).

EN CONCLUSION

Snapchat est-il un maillon essentiel de votre stratégie de promo ? Probablement pas. Toutefois, il reste un outil efficace pour **solidifier votre fanbase** puisque la plateforme vous donne l'opportunité de créer une relation plus personnelle avec les personnes qui vous suivent.