

PROMOUVOIR SA MUSIQUE SUR **TikTok**

FICHE PRATIQUE

Wejdene, Kid Francescoli, Bosh... en un temps record, de plus en plus d'artistes sont propulsés par l'application TikTok.

Avec 7 à 10 millions d'utilisateurs réguliers en France, TikTok est devenu un réseau social incontournable pour la diffusion de votre musique.

Et pour cause, l'application a un fort potentiel viral. Son algorithme visible facilement les tendances locales, vous offrant l'opportunité de développer votre auditoire, même avec peu d'abonnés.

POURQUOI SE LANCER SUR TIKTOK ?

» TIKTOK, COMMENT ÇA MARCHE ?

TikTok est un réseau social qui fonctionne sur le **partage vidéo** et qui propose de nombreuses possibilités de création de contenu.

S'il est bien sûr possible de liker et partager sur TikTok, cette application est toutefois très différente d'Instagram, Twitter ou Facebook. Son fonctionnement repose avant tout sur **l'émergence de tendances**. Le principe est simple : un utilisateur crée un contenu vidéo, que d'autres utilisateurs peuvent reproduire et se réapproprier. Lorsqu'un même type de vidéo est massivement recréé, une tendance de niche émerge et arrive alors aux yeux de milliers d'autres utilisateurs.

» L'INTÉRÊT POUR LA PROMOTION MUSICALE

Il faut noter que la création d'un TikTok repose très largement sur **la réutilisation et le détournement de contenu audio existant** par les utilisateurs, et donc, notamment, de contenu musical, dont l'application regorge.

D'autre part, la particularité de l'algorithme de TikTok est qu'il ne prend pas en compte le nombre d'abonnés, ce qui le rend particulièrement intéressant pour des objectifs promotionnels. N'importe **qui, pour peu qu'il crée la tendance, peut percer sur TikTok**.

À savoir toutefois : l'essentiel des utilisateurs ont **entre 16 et 24 ans**. S'il ne s'agit pas du public que vise votre musique, l'utilisation de TikTok ne vous sera pas utile.

PREMIÈRE ÉTAPE : DISTRIBUEZ VOTRE MUSIQUE SUR TIKTOK

» CHOISISSEZ-BIEN VOTRE DISTRIBUTEUR DIGITAL

En raison de la protection des droits d'auteurs, il n'est pas possible d'uploader directement sa musique sur la bibliothèque TikTok. Les distributeurs numériques sont nombreux à le faire, mais pas tous : n'oubliez pas de le vérifier.

» TROUVEZ UN GIMMICK ACCROCHEUR

Votre musique doit pouvoir se prêter à une réappropriation, à un détournement de la part des utilisateurs. Il faut donc choisir la séquence la plus « TikTok compatible » possible de votre morceau, Il faut donc trouver des moyens de vous mettre en avant de façon à ce que les autres utilisateurs puissent **créer des TikTok à partir de votre musique**, qu'elle puisse être utilisée massivement dans des contextes variés afin de générer une tendance et gagner en visibilité.

Faites court ! Un TikTok peut durer jusqu'à 60 secondes, mais pour être efficace, limitez-vous à 15 secondes. Il peut s'agir d'une *punchline*, d'une phrase ou même juste de quelques mots qui puissent être repris hors contexte ; il peut s'agir également de quelques notes ou encore d'un *beatdrop*.

Le morceau « Moon » de Kid Francescoli a ainsi été utilisé sur TikTok partout dans le monde pour du storytelling, à partir de la séquence devenue virale « And it went like... ». C'est le cas de [ce TikTok](#) par exemple.

DEUXIÈME ÉTAPE : SOYEZ INVENTIFS ET CRÉEZ LA TENDANCE

» SUSCITEZ LA CRÉATIVITÉ DE VOTRE AUDIENCE POUR ÊTRE REPÉRÉ PAR L'ALGORITHME

Vous l'aurez compris, pour être efficacement actif sur TikTok, il ne suffira pas simplement d'annoncer votre actualité musicale ou de partager vos backstages.

Il faut que votre contenu soit **repris, réinterprété, modifié**. Votre audience doit être un relais, interagir avec votre musique, se réapproprier votre univers.

Parmi les morceaux souvent détournés pour la création de contenu sur TikTok, on retrouve par exemple [le refrain de « I Like Him » de Princess Nokia](#), ou encore [le beatdrop de « Run » de AWOLNATION](#).

» QUELQUES IDÉES POUR SE LANCER : CE QUI MARCHE SUR TIKTOK

L'objectif est donc de rendre votre musique **ludique** pour les utilisateurs.

En raison de la tranche d'âge du public de TikTok, les genres musicaux qui y sont les plus représentés sont sans surprise le rap, la pop et la pop urbaine. Mais **tout style musical peut trouver son contenu** en faisant preuve de créativité.

Voici quelques tendances TikTok à réutiliser pour votre musique :

- Créez une **chorégraphie**. Faites simple : choisissez des mouvements que les autres utilisateurs puissent facilement apprendre et refaire, qui peuvent ou non illustrer des paroles. En France, la chanteuse Tessae a ainsi rendu viral son morceau « Bling » en créant [cette chorégraphie TikTok](#).
- Faites du **lipsync**. Filmez vous en playback sur votre piste audio. Vous pouvez jouer avec les paroles à travers vos mimiques, créer des situations qui collent à la chanson, la tournent en dérision... C'est ce qu'a fait la chanteuse Wejdene avec le [#anissachallenge](#).
- Lancez un défi, **un challenge**. Soyez créatifs ! Squeezie a par exemple lancé sur son TikTok le [#PipeauChallenge](#) sur son titre « Mario Kart », de même que Naza avec le [#JoliBebe](#).
- Créez un TikTok de « **moments de vie** ». À nouveau, tout est possible. L'objectif est que votre musique puisse devenir une référence pour une ambiance, un "mood", une émotion. C'est le cas du titre « Glue » de Bicep, repris plus de 24 000 fois, comme par exemple sur [ce TikTok](#), ou encore de « Deathbed » de Powfu, repris près de 6 millions de fois, comme [ici](#).

Explorez toutes vos idées : les possibilités sont infinies.

N'hésitez pas à utiliser **les références de votre audience** pour maximiser vos chances de créer une micro-tendance. Pour élargir votre fanbase locale, par exemple, créez, à partir de votre musique, un TikTok qui reprend une référence connue des jeunes de votre ville : l'algorithme hyper-personnalisé sera plus susceptible de le diffuser auprès de l'audience concernée.

Et pour être bien référencés sur TikTok, n'oubliez pas d'**utiliser des hashtags** qui collent avec votre contenu !

TROISIÈME ÉTAPE : SOYEZ ACTIFS POUR VOUS FAIRE CONNAÎTRE

» FAMILIARISEZ-VOUS AVEC L'APPLICATION

Avant toute chose, si vous n'êtes pas déjà utilisateur de TikTok, vous devez comprendre quels sont les contenus qui y sont populaires ! Suivez d'autres musiciens, inspirez-vous de leur contenu, amusez-vous avec votre musique et ne prenez pas votre compte Tik Tok trop au sérieux. Le buzz ne viendra peut-être pas de là où vous l'attendez.

» SURFEZ SUR LES TENDANCES EXISTANTES

Surfez sur les tendances existantes en reproduisant celles qui correspondent avec votre contenu. Les tendances vont vite : si vous voyez s'ouvrir une fenêtre d'opportunité, lancez-vous directement !

» ENTREZ EN CONTACT AVEC DES INFLUENCEURS

Les influenceurs TikTok pourront **relayer un challenge** que vous aurez créé, ce qui peut vous aider à devenir viral. **Pas besoin de contacter de gros influenceurs** : cherchez des gens que vous pourrez facilement contacter, qui sont liés au public que vous cherchez à atteindre. Expliquez-leur votre idée, sa pertinence, et comment elle peut se marier avec leur contenu.

QUATRIÈME ÉTAPE : FIDÉLISEZ VOTRE AUDITOIRE

» PASSEZ EN PRO POUR MIEUX CONNAÎTRE VOTRE PUBLIC

Comme d'autres réseaux sociaux, TikTok vous offre la possibilité de passer votre compte en compte professionnel. Vous aurez ainsi accès aux **statistiques démographiques** de votre public.

» MOBILISEZ VOTRE AUDIENCE AU-DELÀ DE TIKTOK

Au-delà du viral et de l'instantané, l'objectif est de fidéliser votre audience pour qu'ils puissent devenir un auditoire régulier de votre musique, et ainsi faire de TikTok un véritable atout pour votre carrière.

Assurez-vous de joindre **la page de la chanson** à chaque morceau que vous distribuez sur TikTok, qui renvoie vers les liens d'écoute des plateformes de streaming et vers tous vos réseaux sociaux officiels, afin de créer une cohérence avec l'ensemble de votre présence numérique.