

Gør dine fans passionerede og tjen ekstra!

Af Thomas Garlov

Udviklingen på internettet og de sociale medier giver nye muligheder for at skabe et nært forhold til dine fans. Og det styrker din forretning, siger forfattere til ny bog.

Hov, hvem siger egentlig, at du overhovedet har brug for masser af penge for at markedsføre din musik. Hold dig i stedet til de nye muligheder på internettet. Og skab en helt ny kontakt til lytterne af din musik!

Sådan lyder budskabet i en ny bog til komponister og sangskrivere, der udkommer i disse dage. Forfatterne til bogen peger på, at den teknologiske udvikling har overflødiggjort et fordyrende mellemlid i afsætningen af musik.

– Fortidens mellemmand er yt. De sociale medier har medført nye måder at opdage, forbruge, skabe, indoptage, distribuere, markedsføre, udbrede, sælge og promovere musik, lyder budskabet fra Martin Ibsen, der sammen med Rasmus Ardal og Toke Riis Ebbesen, står bag bogen „De nye Fans“.

– De nye fans er mobile, dialogiske samt globalt orienterede og den traditionelle mellemmand mellem afsender og modtager er derfor ikke længere en nødvendighed. Det er jo en helt ny situati-

on, og det skaber nye muligheder for alle musikere, lyder det fra Martin Ibsen. Han mener, at de sociale medier kan skabe et nyt forhold mellem komponisten og modtageren af musikken.

– De komponister og sangskrivere, der lærer at udnytte de sociale medier, får også de mest passionerede og loyale fans.

Nye forventninger og krav

Men ligesom at internettet giver mulighed for et tæt forhold til dine fans, betyder det også omvendt nye krav, pointerer Martin Ibsen.

– De nye fans forventer at musikere, sangskrivere og komponister forstår det nye mediebillede og er til stede på de sociale medier. Man kan også sige, at de nye fans er vokset op med medier, der bevæger sig lynhurtigt. De forventer derfor f.eks at kunne skrive direkte til en kunstner på fx Facebook og få svar næsten med det samme.

Hvordan gør man denne opgave til en naturlig ting i forbindelse med sin komposition?

– De fleste komponister og sangskrivere vil også kalde sig selv kreative. Så hvorfor ikke også være kreative når det kommer til markedsføring og kommunikation?! Man har rig mulighed for at tage kontrollen og bruge sin kreativitet med de nye muligheder på de sociale medier, mener Martin Ibsen, der ser de nye muligheder som en udfordring for hele branchen.

Vindere og tabere

– I nutidens musikbranche er man nødt til at bruge energi og tid på at skabe et univers udenom musikken, og det behøver bestemt ikke være kedeligt og tørt.

Kan man tale om vindere og tabere i processen? Hvad sker der, hvis man ikke begiver sig ind i arbejdet med fx de sociale medier? Kan man tale om vindere og tabere?

– Ja, det kan man. Det er nye tider. De aktører i musikbranchen, der forstår det hurtigst, bliver vinderne. I stedet for at fokusere på, hvad man ikke kan, er det på tide at se fremad og se positivt på, hvordan man arbejder med kommunikation i den nye digitale virkelighed, mener Martin Ibsen.

Hvor ser du de bedste eksempler blandt danske komponister og sangskrivere på, at man har udnyttet de nye muligheder optimalt?

– Hvis jeg skal nævne en, er det svært at komme udenom Tina Dickow. Tina Dickow har opbygget et stærkt fanfællesskab omkring sin musik. Hun er inspireret af tanken om et fællesskab og om at være sammen med sine fans om at skabe noget.

– Tina Dickows univers handler om håndspillet, autentisk musik, så langt fra teknik og digitalisering som muligt. Blandt andet derfor virker det så stærkt, når Dickow inviterer fans, der ofte heller ikke er født med en tablet i hånden, til at lege med, tilføjer Martin Ibsen.

Hvad ser I som den næste udfordring ... hvis man skal forsøge at kigge for eksempel to år længere frem?

– Det er umuligt at spå om fremtiden. Men alt peger på, at de sociale medier er kommet for at blive. Og nettet ligner mere og mere virkeligheden. Det digitale bliver en endnu mere integreret del af

vores liv. Og i takt med de nye fans bliver ældre, skaber det endnu større forventninger til tilgængelighed, dialog og muligheder for forbrug.

– Men der er ikke nogen, der har en skudsikker metode. Så derfor er det bedste, man kan gøre at eksperimentere velovervejet og velinformeret med de nye muligheder. Rigtig mange jeg har arbejdet med, er endt med at synes, at det er super spændende og endda sjovt. Så der er ingen undskyldninger for ikke at komme i gang. Et godt sted at starte kunne jo være at læse vores bog „De nye fans“, lyder det fra bogens forfatter.



Særtilbud i maj:

De nye Fans til særlig DJBFA medlemspris: **150 kr.**
Send din bestilling til:
tg@djbf.a.dk

NB. Mærk din bestilling „Nye fans“.



Martin Ibsen er partner i Your Waves, iværksætter og freelancekonsulent. Siden 2008 har han arbejdet med digital forretningsudvikling, digital strategi og onlinekoncepter.

Rasmus Ardash er digital director på Universal Music og Toke Riis Ebbesen er Ph.D. i designstudier. Bogen *De nye Fans* udkommer den 10. maj, butikspris 179 kr.

Læs mere her:

<http://www.nyefans.dk/>
