



## **Obtén la máxima publicidad para tu nuevo disco: una cronología de la promoción**

Para sacar un nuevo disco se necesita algo más que copiar CDs y hacer una fiesta. Hay que correr la voz si quieres que tu música se venda. Pero con tantos métodos de promoción y tantos medios para descubrir música, puede ser difícil saber hacia dónde enfocar tus esfuerzos. ¡Mantén la calma! Esta cronología de la promoción te guiará a través de ese proceso, paso a paso, desglosándolo en pequeños segmentos manejables para que puedas lanzarte y empezar a generar prensa y rumores.

### **Definiendo los Tres Tipos de Medios**

**Medios Tradicionales:** Periódicos, revistas, fanzines, radio y televisión. Obtener cobertura de estos puntos de venta toma tiempo y conexiones, por lo general de 3 a 4 meses antes de la fecha de lanzamiento de tu disco.

**Nuevos Medios:** Nacidos de la web, estos medios incluyen blogs, blogs MP3, podcasts, video podcasts, y sitios web. Estos puntos de venta buscan la inmediatez. El lograr estar en estos puntos de venta por lo general se trata de conectar con ellos justo antes y justo después de que el disco haya salido.

**Medios Sociales:** Los medios sociales son vías de promoción basadas en hacer correr la voz de boca en boca, como se documenta en la web y en las plataformas móviles, incluyendo sitios como Facebook, MySpace y Twitter. Los medios sociales de comunicación se tratan de lo que está sucediendo en el ahora. Hacer correr la voz sobre tu disco es un proceso constante que debe ocurrir todo el tiempo.

### **El Tiempo es la Esencia**

La promoción es sensible al factor tiempo, así que hemos organizado esta guía como una cronología con la que vamos a organizar el lanzamiento de tu próximo disco.

- De 12 a 4 meses antes del lanzamiento
- De 4 a 3 meses antes del lanzamiento
- De 3 a 2 meses antes del lanzamiento
- De 2 meses a 1 mes antes del lanzamiento
- 1 mes antes del lanzamiento
- Fecha de lanzamiento
- Después del lanzamiento

### **Producción del Disco**

*De 12 a 4 meses antes del lanzamiento del disco*



Puedes comenzar a promocionar tu disco incluso desde cuando lo estás haciendo. A los fans de hoy les gusta ver lo que sucede fuera del escenario. Ellos quieren sentirse parte del proceso creativo. El uso de los medios sociales puede dejarlos entrar en tu mundo artístico privado.

### **Comparte fotos y videos**

Comparte información sobre el proceso de producción, tu estudio, un nuevo instrumento, etc. en Twitter, Facebook, MySpace y YouTube. Al mostrar detalles de lo que pasa fuera del escenario lograrás que los fans que ya tienes se interesen en tu próximo disco, aún antes de que se llegue a grabar.

### **Comparte demos y mezclas de prueba**

Para ofrecer a tus fans un mayor sentido de inversión personal y participación en el proyecto, dales voz para que puedan escoger sus favoritas entre las versiones alternativas de una canción.

### **Financiación Colectiva**

Si estás considerando financiación colectiva (o financiación por parte de tus fans) para tu proyecto, este es también el momento perfecto para preparar esa campaña. Para más información, echa un vistazo a [www.yagruma.com](http://www.yagruma.com).

### **Arma tu equipo callejero**

Conseguir que tus aficionados se interesen en lo que estás haciendo mientras sucede aumentará tus posibilidades de provocar un rumor real para el lanzamiento del disco. Como dice el refrán: comercializas a través de las personas, no a ellas.

### **Preparación del Disco**

*De 4 a 3 meses antes del lanzamiento del disco*

Asegúrate de tomar en cuenta estos pasos preparatorios antes de sumergirte en tu campaña promocional.

### **Fija una Fecha de Lanzamiento Oficial para Tu Disco**

De vez en cuando, investiga las opciones de distribución, así como considera cualquier promoción en la radio o ayuda que vas a conseguir de las relaciones públicas.

### **Toma Decisiones Sobre el Evento de Lanzamiento**

La mayoría de los artistas tienen una fiesta de lanzamiento, pero si no tocas en vivo, puedes en lugar de eso organizar una fiesta para escuchar las grabaciones. Si decides tener una fiesta de lanzamiento, date el tiempo para dar a conocer el programa. Invita a los medios de comunicación y añádelos a la lista de invitados.



### **Recibe el CD**

Si copiaste o duplicaste CDs, tenlos a mano antes de comenzar el proceso de publicidad - mucho antes de ponerlos a disposición de tus fans. Hay dos razones para esto. En primer lugar, el objetivo es que organices el lanzamiento para que la cobertura de los medios ocurra durante el mismo período de 1 o 2 meses. Los medios de comunicación tradicionales toman meses para poder cubrir una historia. Los nuevos medios sólo tardan una semana o algo así. El arte consiste en medir el tiempo para que ambos le den cobertura simultáneamente a tu disco cuando salga. Tendrás que darles CDs a ambos tipos de medios para que los escuchen con el fin de conseguir que cubran tu historia. En segundo lugar, querrás asegurarte de que tu álbum esté disponible para su compra justo antes de la publicidad. De lo contrario, desperdiciarás todo tu trabajo duro.

### **Entra el CD en Gracenote/Freedb**

Si alguna vez te preguntaste cómo es que tu reproductor de CD reconoce el nombre del disco y la información de la pista cuando lo introduces, es gracias a Gracenote MusicID ([gracenote.com](http://gracenote.com)) y FreeDB ([freedb.org](http://freedb.org)). Estos servicios exploran el CD, y una vez que lo reconocen, despliegan la información de la pista. Por supuesto, cuando se trata de tu nuevo disco, no hay manera de que conozca esta información aún. Por lo tanto, cuando recibas por primera vez tu disco, es necesario asegurarte de que esté en el sistema, y entrarlo si es que no está.

### **Comienza el Proceso de Distribución Digital**

Desafortunadamente, no puedes controlar cuando las tiendas de música digital como iTunes, Napster, Rhapsody, y las demás hagan que tu disco esté disponible. Incluso las bandas más importantes tienen problemas con este calendario. Asegúrate de colocarlo con bastante antelación a su fecha de lanzamiento para que cuando la prensa entre en acción, la gente pueda comprarlo. Esto puede llevar a que esté disponible antes de tu fiesta de lanzamiento, pero la única cosa peor que tenerlo disponible demasiado pronto es no tener en lo absoluto el disco a la venta cuando la prensa lo cubra. Uno de los mejores servicios para inscribir tu disco tanto para su distribución física como digital es CDBaby ([www.cdbaby.com](http://www.cdbaby.com)).

### **Prepara MP3s de Tu Disco para la Prensa y los Medios Sociales**

Los nuevos medios de comunicación por lo general van a querer que les envíes por email MP3s de tu música para escucharla, no necesariamente el CD. Una vez que tengas tu CD, debes copiar los archivos en formato de alta calidad MP3 (al menos 128kps). El paso clave aquí es introducir todas las etiquetas ID3. No te limites sólo al nombre de la banda y el título de la canción. Nosotros en *Palamúsica Underground* estaríamos encantados a colgar tu MP3 en nuestro sitio.

### **Actualiza Tu Dossier de Prensa**

Querrás actualizar todos tus materiales de prensa con la información acerca de tu más reciente disco, incluyendo el trabajo de arte visual.



## **Alcanzando a los Medios de Comunicación Tradicionales**

*De 3 a 2 meses antes del Lanzamiento del disco*

### **¡Empieza a correr la voz!**

#### **Lanzando la Campaña de los Medios de Comunicación Tradicionales**

Ahora que estás preparado, a tres meses antes del lanzamiento ya estás listo para dirigirte a los medios de comunicación tradicionales. Estos incluyen a críticos de música, editores y reporteros de periódicos, revistas y radio. Asumiendo que ya has actualizado tu dossier de prensa con el nuevo disco, ya estás listo para escribir tu comunicado de prensa y llevar a cabo una campaña de relaciones públicas.

#### **Anunciando la Fiesta de Lanzamiento**

Inicia el rumor. Anúnciala en todos tus sitios web, blogs y medios de comunicación social. Envía la información a nosotros en *Palamúsica Underground* para que la pongamos en la cartelera. Haz también que tus fans republicuen la noticia. Además, no te olvides de empezar a incluir la fecha del evento en todas tus publicaciones. Por último, puedes comenzar a crear carteles y postales para tu fiesta de lanzamiento si ya has dispuesto un lugar para tu concierto.

#### **Medios Sociales**

Si estás ensayando para tu fiesta de lanzamiento, o tienes alguna actividad de tu banda ocurriendo durante este tiempo, asegúrate de tomar fotografías, videos, y hacer grabaciones, para que ahora puedas compartirlas con tus amigos y seguidores.

## **La Campaña de Radio**

*De 2 meses a 1 mes antes del lanzamiento del disco*

Dos meses antes del gran lanzamiento debes comenzar a centrarte en la radio. Ya tendrás una ventaja con los medios de comunicación tradicionales y los cables de prensa, y tu equipo callejero debe estar activo.

#### **Campaña de Radio**

A las estaciones de radio les gusta poner los discos antes de su fecha de lanzamiento. Dales la oportunidad de escucharlo antes mediante la puesta en marcha de esta campaña de dos a tres meses antes del lanzamiento. También, debes dirigirte a las estaciones de radio que queden cerca de donde estés planeando tocar para que puedas concederles entrevistas. La forma más eficaz de hacerlo es llamar con anticipación antes de enviar el disco, entonces, escribe en el sobre: "MATERIALES SOLICITADOS". Incluye además las fechas de los conciertos que vas a estar presentando en su área. Ofréceles darte una vuelta por el estudio para una entrevista o una sesión de estudio.



## **Llegando A los Nuevos Medios**

*1 mes antes del lanzamiento del disco*

Ahora que estás en las últimas semanas antes del gran lanzamiento, es el momento para llegarle a los nuevos medios.

### **Lanzando la Campaña de los Nuevos Medios (Parte I)**

El tiempo de respuesta de los Nuevos Medios a las historias es rápido, por lo tanto, esperar hasta que el lanzamiento esté a sólo un mes es una regla básica a tener en cuenta. La puesta en marcha de estas campañas es mucho más sencilla que con los medios tradicionales. No hay necesidad de comunicados de prensa, basta con que les envíes un simple correo electrónico con el ofrecimiento de un MP3 de pre-lanzamiento para que puedan escuchar tu música antes de que el público pueda acceder a ella.

### **Dirígete a tus Medios de Comunicación Locales y a tu Área**

Si programaste una fiesta para el lanzamiento del disco, vuélvela a conectar contactando a todos los medios locales de comunicación y diciéndoles que los vas a añadir a tu lista de invitados. Además, este es un buen momento para asegurarte de que los barrios cercanos tengan carteles, tarjetas postales, o cualquier otra cosa que distribuyas.

### **Llega a tus Fans a Través de tu Lista de Correo Electrónico y Blogs**

En el último mes, conecta la fiesta de lanzamiento y el lanzamiento del disco a todas las personas de tu lista de correo electrónico y escribe de eso en tu sitio web. Pide a tus fans y a tu equipo callejero que te ayuden a promover el lanzamiento del disco y el evento. Diles que hablen de ello en el internet.

### **Amplía tus Medios Sociales**

Los medios sociales se deben utilizar todo el tiempo, pero con sólo un mes para la fecha de lanzamiento y la fiesta, es especialmente importante hacer correr la voz. Piensa en crear un evento en Facebook, o puedes organizar un concurso y darles copias gratuitas de tu disco a aquellos que promuevan el evento. Pídele a tus fans que republiquen la noticia en Twitter y que corran la voz entre sus seguidores y amigos.

## **El Gran Evento**

*Lanzamiento del disco*

### **No te quedes con los brazos cruzados.**

Usa este día para comunicarte. Trata de orientar tu boletín de noticias, blog, y actualizaciones de redes sociales para que todo sea acerca de tus fans. Los fans después se buscan a sí mismos en estos



sitios, y cuando lo hacen, comparten esos enlaces con sus amigos.

### **Toma fotos y videos del pre-evento, evento, y post-evento.**

Asegúrate asimismo de enfocar el lente en tus fans. Cuando publiques el contenido en el internet, van a estar muy contentos de verse a sí mismos y serán más propensos a compartir los enlaces con sus amigos.

### **Construir la Comunicación de Boca en Boca**

#### *Después del Lanzamiento*

Después de haber lanzado el disco, tu trabajo no ha terminado. Los esfuerzos de promoción después del lanzamiento pueden ser tan vitales como durante el período previo.

### **Lanzando la Campaña de los Nuevos Medios (Parte II)**

Mientras que los medios de comunicación tradicionales rara vez cubren los discos después de haber sido lanzados, a los nuevos medios de comunicación les gusta hablar de música nueva todo el tiempo. Continúa enviando tu música a blogs, podcasts y sitios web para generar más rumores y acumular críticas positivas para tu dossier de prensa. Por ejemplo, nosotros en *Palamúsica Underground* estaríamos encantados hacer una crítica de tu disco.

### **Haz Eco de las Buenas Reseñas y Artículos de Prensa en tus Medios de Comunicación Social, Blog y Boletín de Noticias**

Publica y manda enlaces de las buenas críticas de tu disco, canciones, tu fiesta de lanzamiento y las entrevistas que hayas obtenido. Hacer eco de esto a través de los medios sociales te ayudará a que se mantenga la atención en ti como artista. Tus fans estarán más emocionados de difundir verbalmente su amor por ti mientras tú apoyas tu disco con una gira o con series de shows. O bien hasta que comiences a trabajar en el próximo disco e inicies el proceso de nuevo.

### **CONCLUSIÓN**

No tienes una segunda oportunidad para hacer un lanzamiento de tu disco, así que vale la pena hacerlo bien. Siguiendo estos pasos, los futuros lanzamientos de disco serán tarea aún más fácil ya que estarás construyendo a partir de tus éxitos anteriores y las relaciones que has creado. Tendrás una lista de prensa establecida que cubrirá tu próximo lanzamiento. Además, tu nombre tendrá un reconocimiento aún mayor y acumularás más seguidores que te pueden ayudar. Y entonces las oportunidades de promoción comenzarán a llegarte.

[Artículo original: <http://members.cdbaby.com/campaigns/MaxExposureGuide.pdf> ]