

**Etude de cas : Chloé Antoniotti**

**Comment obtenir  
37 000 streams issus de  
playlists algorithmiques  
en quelques mois avec  
des campagnes sur les  
réseaux sociaux ?**

# COMMENT OBTENIR 37 000 STREAMS DE PLAYLISTS ALGORITHMIQUES SUR SPOTIFY EN QUELQUES MOIS AVEC DES CAMPAGNES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX ?

Chloé Antoniotti est une artiste, compositrice et productrice française. En tant que pianiste, elle compose, produit et joue pour divers artistes. Sur les réseaux sociaux, elle a créé un concept simple d'improvisation au piano et au synthé en se filmant en train de jouer. Ses contenus sur Instagram et TikTok lui ont permis de se créer une véritable communauté de spectateurs engagés, en témoignent ses dizaines de milliers d'abonnés.

## PARAMÈTRES DE CAMPAGNE

-  Nouveaux auditeurs
-  850€
-  3 semaines
-  France, Etats-Unis, Turquie
-  Musique Classique, Néoclassique
-  Instagram

En mai 2024, Chloé sort son premier EP "Bouquet". N'ayant jusqu'à lors pas de profil Spotify, l'objectif de la promotion du projet était de convertir ses abonnés sur les réseaux sociaux en auditeurs sur les plateformes de streaming afin de se créer une audience sur Spotify.

Pour la promotion de son EP, son label a lancé plusieurs campagnes "New Listeners" via Your Music Marketing, avec un budget de 850€ dans le but de rediriger les personnes touchées par ses publicités vers les DSPs.

## RÉSULTATS DE CAMPAGNE



**3700**

Nouveaux auditeurs



**150**

Ajouts en bibliothèque



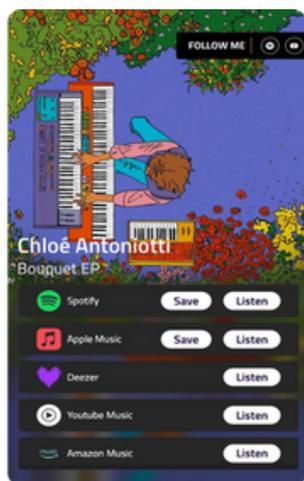
**37 200**

Streams issus de playlists algorithmiques

Trois types d'audiences ont ainsi été ciblées :

- **Audience Artiste** : les personnes ayant déjà vu ou interagi avec ses contenus sur les réseaux sociaux
- **Audience Genre Musical** : les personnes étant intéressées par les genres musicaux de son EP (Classical Music & Neoclassical) se rapportant à des artistes similaires (Ludovico Einaudi, Max Richter, Ólafur Arnalds)
- **Audience Personnalisée** : les personnes associées à des mots clés spécifiques en lien avec le projet (Emotion, Piano, Sentimental Ballad, Well-Being)

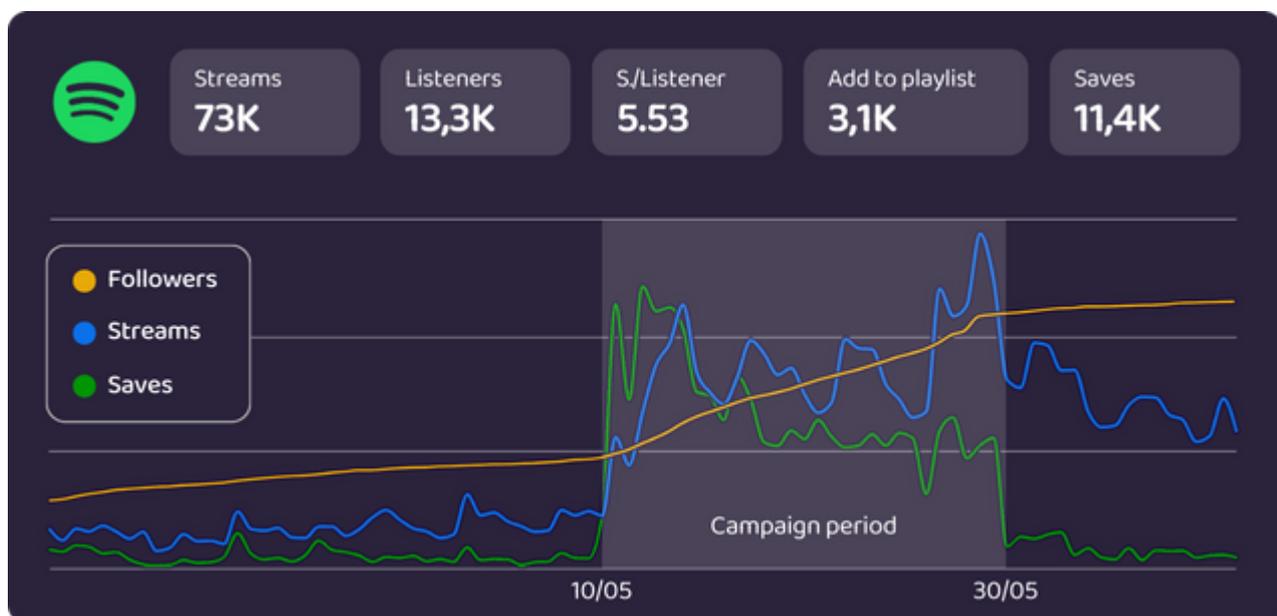
# RÉSULTATS DES CAMPAGNES



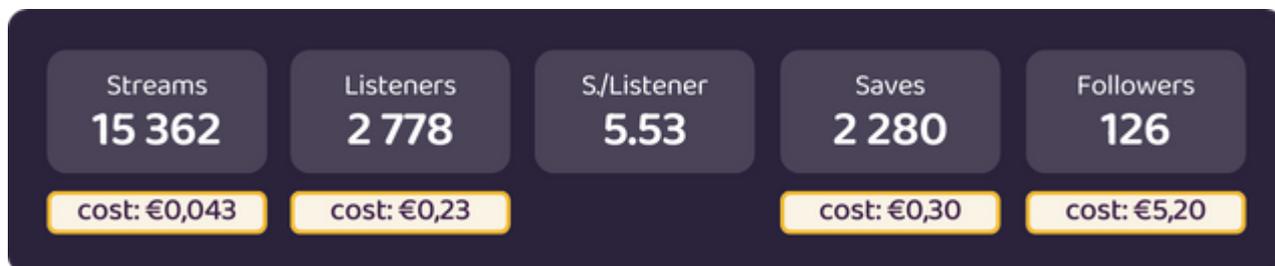
Les campagnes ont permis d'attirer plus de 3 700 auditeurs, toutes DSPs confondues, avec un coût moyen de 0,22€ par auditeur. Plus de 150 ajouts en bibliothèque ont également été réalisés depuis le smartlink utilisé en lien sponsorisé sur la publicité. Sur Spotify, la campagne a attiré plus de 2 700 auditeurs, et plus de 2 200 ajouts en bibliothèque totaux ont été comptabilisés durant cette période, soit un taux de listener-to-save de 82%.



En examinant les statistiques Spotify de l'EP, on ne peut que constater que la période durant laquelle a eu lieu la campagne a nettement permis à Chloé d'augmenter son nombre de streams, de saves et de followers sur la plateforme. On aperçoit également que cette dynamique retombe instantanément à la fin de la campagne, montrant la corrélation directe entre l'impact des publicités et la consommation sur les services de streaming (ici Spotify).

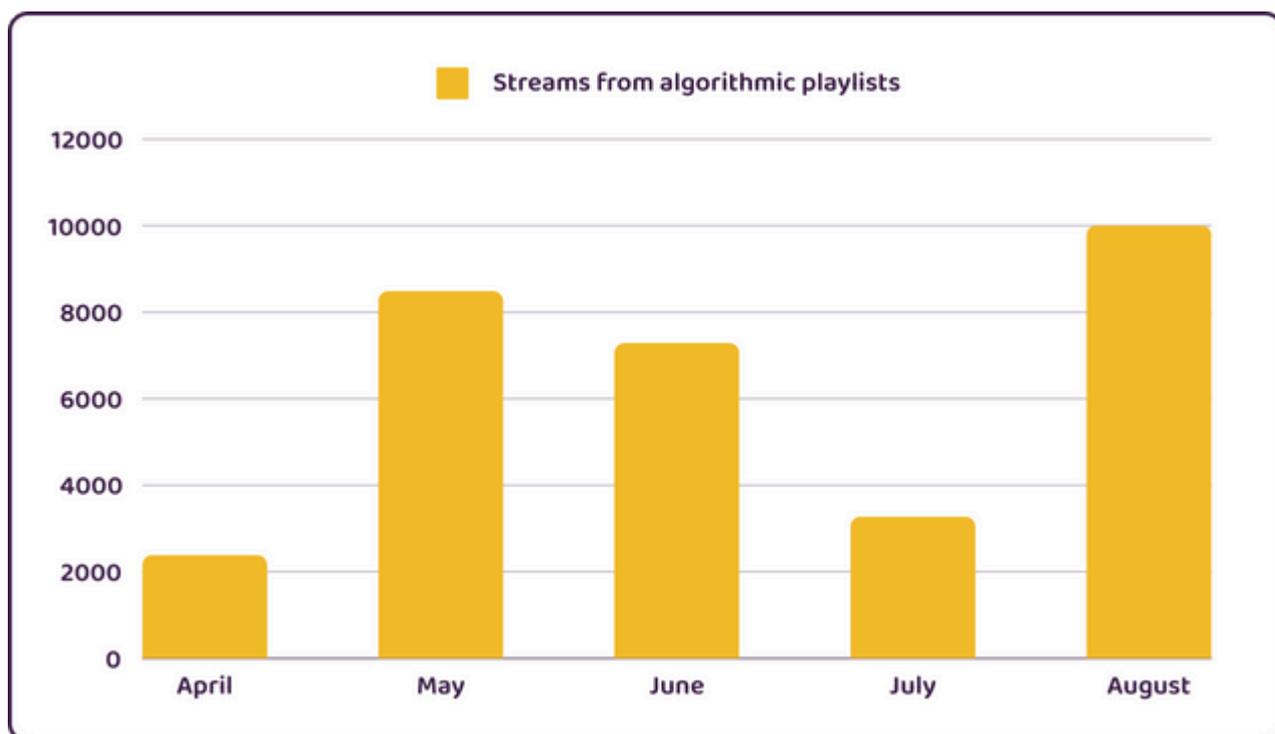


Durant les 20 jours de la campagne, elle a attiré plus de 2 700 auditeurs sur Spotify. Mis en parallèle avec son nombre total d'auditeurs sur la plateforme, cela signifie que 20.9% de ses auditeurs totaux proviennent de cette campagne. Par ailleurs, plus de 15 300 écoutes ont été générées pendant la campagne, ce qui représente 21% du total des écoutes de l'artiste.



## ANALYSES

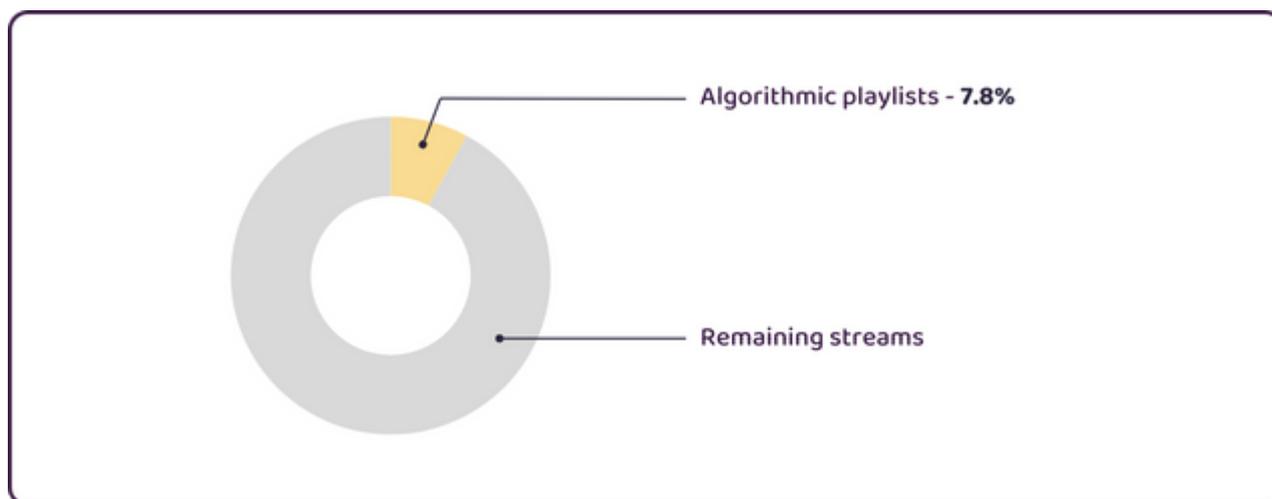
L'analyse de l'évolution du nombre de streams provenant de playlists algorithmiques de Chloé révèle des résultats significatifs.



En effet, avant le lancement des campagnes, Chloé enregistrerait peu de streams provenant de playlists algorithmiques. Cependant, grâce aux campagnes menées, ce nombre a quadruplé entre avril et mai. Bien que ce chiffre ait légèrement diminué à la fin des campagnes, il a connu une nouvelle progression par la suite. Ainsi, entre avril et août, son nombre de streams issus de playlists algorithmiques a été multiplié par quatre.

En août, la part des streams provenant des playlists algorithmiques représentait 10% de ses streams totaux : **un stream sur dix provenait ainsi des recommandations**. Ces données confirment donc l'impact positif des campagnes publicitaires sur l'activation de l'algorithme de Spotify, favorisant ainsi une meilleure exposition des titres de Chloé.

En Septembre, quatre mois post-campagne, Chloé Antoniotti cumulait au global sur Spotify un nombre total de streams de plus de 472 600. Parmi eux, on retrouve plus de 37 200 provenant de playlists algorithmiques, représentant ainsi près de 7.8% d'écoutes algorithmiques : **au global, c'est donc presque un stream sur dix parmi toutes ses écoutes qui est issu d'une playlist algorithmique**.





# Your Music Marketing

[yourmusic.marketing](https://yourmusic.marketing)