



**SONY MUSIC**

# Sommaire

Contexte

Introduction du projet

Réflexion autour du projet et étapes d'avancement

Résumé du projet

Développement du projet

Pourquoi notre projet répond aux attentes actuelles de SONY ?

Délai, grandes lignes de la phase de mise en ligne du prototype ?

Actions de communication et de mise en application

# Contexte

Il a été constaté qu'aujourd'hui suite à l'arrivée du digital et le flux d'informations et d'artistes exponentiel qui en découle, les directeurs artistiques et Talents Scouts rencontrent certaines difficultés dans la recherche et la sélection de nouveaux talents pour leur label. Ils perdent beaucoup de temps et d'énergie dans cette recherche qui n'est pas forcément fructueuse. De plus, ce temps perdu et un temps précieux qui n'est pas passé à rencontrer ces nouveaux talents, à créer une relation ; ou un temps qui n'est pas passé avec les talents déjà labellisés,

Du fait de cette précision, SONY est à la recherche d'un outil efficace, qui, combiné au travail des directeurs artistiques et des Talents Scouts, permettrait un traitement des données plus rapide et plus pointu. Cela donnerait la possibilité au label de rencontrer un maximum d'artistes qui correspondraient à une recherche précise dans un laps de temps favorable. Autrement dit : Comment aider SONY à dénicher de nouveaux talents au bon moment, en facilitant le travail des chercheurs de talents ?

# Introduction du projet

**Ce n'est pas le temps qui manque, c'est nous qui lui manquons.**

Paul Claudel

La recherche des talents de demain demande de la part des directeurs artistiques un long travail de recherche et un grand investissement humain faisant appel à leurs connaissances artistiques et leur perception personnelle. Un travail personnel long et rigoureux donc, qui demande aux directeurs artistiques beaucoup de temps et que eux seuls peuvent faire.

L'enjeu aujourd'hui pour les d nicheurs de talents est de trouver les artistes à fort potentiel au **bon moment** en ayant le temps de chercher en chacun de ces talents les caractéristiques relatifs à la voix et qui déterminent en grande partie la pertinence de leurs recherches.

Digg'r est un outil d'écrémage de contenu qui sélectionne les meilleurs résultats sur toutes les plateformes afin d'optimiser au maximum le temps des directeurs artistiques sur la partie recherche , en libérant ainsi sur la partie "humaine" perceptuelle .

## Réflexion autour du projet et étapes d'avancement

Suite à la présentation du brief et aux explications qui nous ont été transmises nous avons compris que le problème majeur pour SONY aujourd'hui était la recherche de nouveaux talents parmi la masse importante d'informations présentes sur les internets. Leur seconde contrainte est de trouver ces talents au bon moment, c'est à dire, avant qu'ils ne soient recrutés par un autre label ou avant qu'ils ne pensent à se lancer tout seul. Enfin, nous avons compris que pour SONY la dimension humaine était quelque chose de primordial, entretenir de bonnes relations avec leurs artistes, créer un lien réel sont des points indispensables à leur réussite.

Suite à cela nous avons pensé à réaliser un projet facilitant la recherche des directeurs artistiques, avec une contrainte de temps et une contrainte humaine. Pour rassembler un maximum d'idées et faire émerger le plus d'aspects possibles, nous avons réalisé un brain

storming avec les mots : temps, humain, faciliter. Une problématique s'est progressivement mise en place, pour rendre concret les idées que nous avons vraiment en tête nous avons choisi de faire du design thinking. Plus précisément, nous avons pris chaque mot de la problématique individuellement et prendre leur sens propre pour réussir à mieux les comprendre et les assembler. Ainsi nous avons construit notre problématique : Comment aider SONY à dénicher de nouveaux talents au bon moment, en facilitant le travail des chercheurs de talents ?

Une fois cette problématique conçue, il nous a fallu ressentir, du point de vue des directeurs artistiques, les contraintes qui leur sont imposées. Nous avons chargé deux membres de l'équipe de se mettre à leur place et effectivement, il est très difficile sans outil d'aide, d'écrémage de réussir à trouver des informations pertinentes parmi cette masse impressionnante de données.

Notre projet est donc né de ces différents constats. Nous nous sommes ensuite partagés les différentes tâches. Tout d'abord, nous avons mené une phase de recherches afin de se renseigner sur des plateformes similaires déjà existantes comme Front ou Algolia.

Au fur et à mesure, le projet s'est vraiment défini, éclairci et concrétisé dans nos têtes et nous avons pu commencer à vraiment le lancer. Ce qui est bien avec notre manière de travailler c'est que nous n'avons pas posé de barrière par rapport à notre "spécialité" et tout le monde a réfléchi à la construction et à la création, puis bien entendu chacun a apporté le plus de sa formation.

## Résumé du projet

Pour répondre à cette problématique de temps nous mettons en place une interface qui facilite le travail des directeurs artistiques et Talents Scouts. Cet outil a pour mission l'écrémage des données trouvées sur l'ensemble des supports digitaux : réseaux sociaux, plateformes de musique etc. Chaque agent peut faire ses propres recherches, plus précises grâce à des critères de sélection qu'il pourra lui même ajuster en fonction de ce qu'il souhaite trouver. Ainsi gagner du temps et en libérer pour pouvoir passer plus de temps à rencontrer les talents.

# Développement du projet

L'interface principal de recherche se présente sous forme de "front page", à gauche sont affichés les critères de sélection dans une fenêtre en scrolling. Sur la droite, s'affichent les résultats et en haut une barre de recherche permettant aux directeurs artistiques et Talents Scouts de préciser leur étude en ajoutant des mots clés, hashtags ou localisation. Différents critères de recherche sont définis et proposés aux directeurs artistiques et Talents Scouts.

Dans un premier temps des éléments concernant la communication de l'artiste mais aussi les interactions qui le concernent ; par exemple :

- Les abonnements d'un artiste labellisé (à forte notoriété) à un jeune talent.
- Les variations importantes de la communauté d'un artiste indépendant.
- Les variations importantes d'identifications, du nombre de publications et d'interactions à propos de l'artiste indépendant.

Dans un second temps des éléments spécifiques à la voix des artistes ; par exemple:

- Le **style** ( Afro beat / Ambient / Black Métal / Blues / Bossa Nova / Chants Populaires / Chorale / Cold Wave / Comédie Musicale / Country / Dance / Death Métal / Disco / Dum'n'Bass / Dub / Electro / Electro Folk / Electro Pop / Electro Clubbing / Electronica / Emo rock / Folk / Folk Rock / Funk / Fusion / Glam Rock / Gospel / Gothic Metal / Grind / Groove, RNB / Grunge / Hard Rock / Hardcore / Heavy Metal / Hip Hop Français / House / Indie Rock / Indus / Jazz / Jazz Manouch / Laid Back / Latino / Lounge / Métal / Métal Prog / Musique Classique / Musique Contemporaine / Musique Gitane / Musique Orientale / Musique traditionnelle / Musique de Film / Neo Metal / New Age / New Wave / Opéra / Pop / Pop Punk / Post Rock / Power Metal / Punk / Ragga, Dancehall / Raï / Rap, Hip Hop / Reggae / Reggaeton / Rock / Rock Fusion / Rock Alternatif / Rock Français / Rock Progressif / Rock psychédélique / Rock'n'Roll / Rock Ska / Rythm'n'blues / Salsa / Scène Française / Shoegaze / Ska / Slam / Slow / Soul / Stoner / Swing / Techno / Trash Metal / Trip-Hop / Variété / World / Zouk
- Le **timbre** : Brillant / Clair / Éraillée / Rauque / Sombre / Voilé
- La **couleur** : La voix parlée / Le soupir (voix soufflée) / La plainte (voix plaintive)
- La **tessiture** : Soprano / Mezzo-soprano / Alto / Ténor / Baryton / Basse

- L'**intensité** : doux (hypophonie) - fort (hyperphonie)
- Le **débit** : lent - normal - rapide
- La **puissance** : entre 16 et 20000 vibrations par seconde / Hz
- Utiliser l'emprunt d'une voix déjà existante et chercher des voix similaires dans les vidéos et audios publics. (ce critère permet de chercher un nouvel artiste à la voix semblable à une voix existante)

Chaque directeur artistique pourra ainsi sélectionner ou non un critère, affiner sa recherche et trouver les résultats les plus précis face à ce qu'il souhaite comme type de talent.

Pour ce projet nous avons choisi le nom "**Digg'r**". En effet, en anglais, digger est un excavateur, c'est à dire une engin de terrassement qui a pour mission de faciliter le travail des ouvriers en creusant dans des terrains difficiles. C'est aussi un peu le rôle que nous avons donné à cet outil puisqu'il doit aider les directeurs artistiques à creuser, donc chercher de nouveaux talents dans le terrain difficile qu'est internet.

L'interface de recherche est l'onglet principal, notre projet en contient trois autres :

- L'**onglet favoris** où les directeurs artistiques et les Talents Scouts pourront sauvegarder leurs vidéos ou audio préférés afin de les retrouver plus facilement.
- L'**onglet tendances** les résultats, changements et évolutions de l'actualité et nouveautés musicales y sont représentés dans l'idée des variations de la bourse.
- L'**onglet maquette** : les directeurs artistiques et les Talents Scouts reçoivent également de nombreuses maquettes d'artistes, ils pourront donc les entrer sur le serveur et ainsi faire un écrémage grâce aux mêmes critères de sélection concernant la voix. Afin de ne plus perdre de temps et pouvoir en passer plus avec les talents, et créer une relation.

L'aspect humain est primordial chez SONY, aussi nous souhaitons faire participer les artistes déjà présents dans le label. Ces derniers pourront à la fois donner leur avis sur les nouveaux talents dénichés au préalable par le serveur de traitement de données ; mais également eux-même rechercher de nouveaux talents avec qui ils aimeraient collaborer.

# Pourquoi notre projet répond aux attentes actuelles de SONY ?

Notre projet répond aux attentes actuelles de SONY, car, comme les Talent Scoots l'ont expliqué, l'arrivée du digital leur a apporté un nombre très important d'informations et de talents à traiter, en plus de leur travail déjà existant d'écoute des maquettes et de déplacement à travers la France dans le but de découvrir de nouvelles personnes sur tous types de scènes. Ainsi, ils n'ont plus le temps de tout faire : rechercher, creuser, dénicher, écouter, rencontrer, essayer, faire signer ; le tout au bon moment. La contrainte de temps est donc grandissante au fur et à mesure que le nombre d'informations accroît sur les internet.

L'outil que nous leur proposons aujourd'hui va leur permettre de gagner un maximum de temps grâce à l'écrouillage des informations et à une recherche plus précise. Il y a tous les jours des milliers de personnes qui postent des vidéos pour essayer de se faire connaître venant d'horizons totalement différents et composant des musiques aux styles variés. Les critères de sélection mis à leur disposition sur la plateforme ont justement été créés dans le but de faciliter leur travail.

Les directeurs artistiques et Talents Scoots auront donc plus de temps à passer à rencontrer ces nouveaux talents mais aussi avec les talents déjà labellisés et donc conserver cet aspect humain très cher à SONY.

## Délais, grandes lignes de la phase de mise en ligne du prototype ?

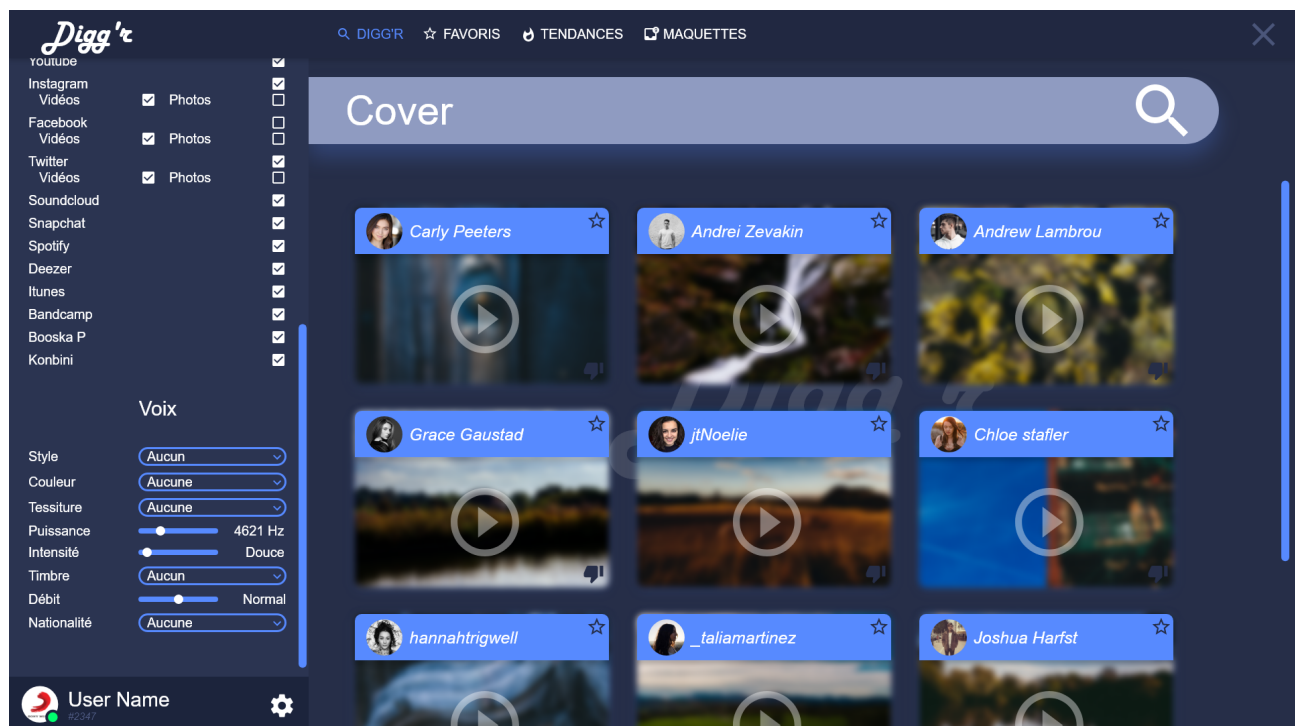
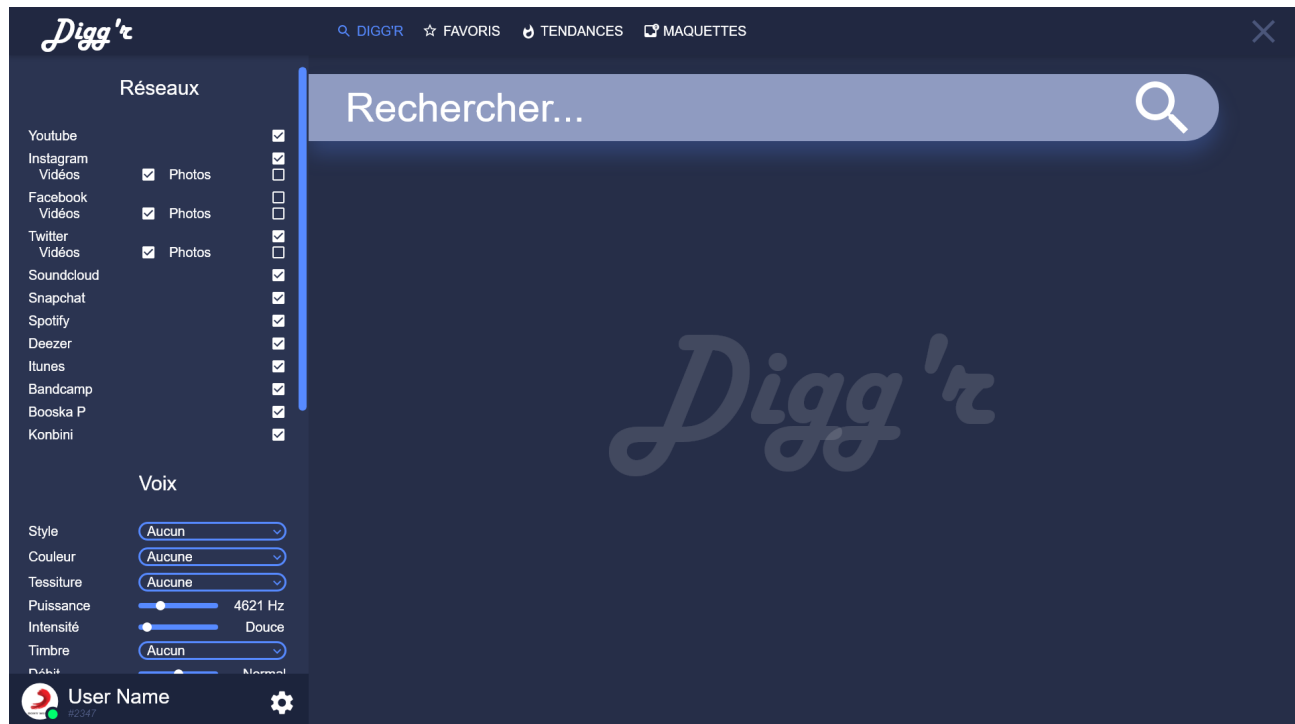
Un prototype sera mis en place rapidement à l'aide d'une WebApp par exemple ; elle pourra être associée à un site internet. En effet, la création d'une page regroupant, des applications comme Instagram, Facebook, ou encore YouTube est réalisable facilement grâce aux API des différentes applications. Pour le prototypage : réaliser des premiers "flags" de tri comme la géolocalisation, la recherche par mots clés, hashtag sur les applications Twitter et Instagram est aisément exécutable.

En revanche, la mise en place de tous les algorithmes de tri choisis pour le projet et notamment ceux fonctionnant avec la voix nécessite des algorithmes plus avancés. La création d'un tableau de bord optimisé, regroupant tous les éléments dans un même espace



(afin que toutes les informations soient visibles sans que ce soit surchargé) nécessite une étude avancée. De ce fait, ces deux contraintes demanderont plus de temps.

—> exemples de design de l'outil :



# Actions de communication et de mise en application

Afin d'informer l'ensemble des directeurs artistiques et des Talents Scouts de Sony Music de la création et du lancement du nouvel outil technique facilitant le recrutement de nouveaux talents, un e-mailing sera envoyé à chacun. Cette action permettra de rassembler tous les chasseurs de talents autour de la mise en place de la plateforme Digg'r et de renforcer le sentiment d'appartenance au sein de l'équipe Sony Music.

Cette campagne d'e-mailing s'inscrit dans une dynamique d'échanges informationnels autour de laquelle les professionnels Sony combinent leurs performances et leur engagement.

A la suite de cet e-mailing de lancement sera également fournis un guide d'utilisation présentant tout le processus d'exploitation de la plateforme suivi des explications.

En plus de l'e-mailing, nous proposons d'organiser une réunion d'informations sous forme d'un "brunch de lancement" où sera réuni le PDG de Sony et l'ensemble des directeurs artistiques et des Talents Scouts. Au cours de ce rassemblement, les directeurs artistiques et les Talents Scouts pourront obtenir plus de précisions à propos du prototype et ils auront également l'occasion de le manipuler et de lancer des essais.

En effet, en début de brunch le prototype Digg'r sera lancé ; pendant le traitement des données les membres de l'équipe pourront échanger, partager entre eux, afin de renforcer leur sentiment d'adhésion à l'équipe Sony. Puis, en fin de brunch, l'exploitation d'informations terminée par Digg'r, les directeurs artistiques pourront obtenir directement en temps réel le résultat de la recherche selon les critères qu'ils auront préalablement défini. En outre, cette expérience permettra de montrer à l'équipe Sony la pertinence et la rapidité du système Digg'r.

—> Mail d'information : lancement de Digg'r

## Lancement du Système Digg'r



« Digg'r » un nouveau prototype pour gagner du temps et des talents !

SONY MUSIC

Sony Music France franchit une nouvelle étape de l'innovation en lançant sa nouvelle interface innovatrice afin de faciliter et améliorer votre travail de recherche de nouveaux talents artistiques.  
Ce nouveau concept répond à vos attentes et vient enrichir votre expérience professionnelle.



Terminé le temps où vous vous perdiez dans des canaux de diffusions d'informations différents où se mêle un nombre incontesté d'artistes talentueux,

**Digg'r le fera pour vous !**

**Digg'r** va aiguiller votre recherche en captant plus rapidement et plus précisément les prochains talents musicaux grâce à un filtre basé sur des critères de sélection pertinents.

Grâce une présentation **Front Page**, vous aurez l'opportunité de récolter et d'exploiter les données récoltées par l'algorithme afin de trouver le talent adéquate dans un délais de temps instantané.



Si vous souhaitez d'avantages d'informations à propos de la plateforme, consultez le mail suivant avec le guide d'utilisation.

**L'équipe Sony Innovation**

Retrouvez-nous sur :



Hanane Benhamou ; Nastassja Du Rieu ; Estelle Faure ; David Goegig ; Pierre Michel

Project Week - Sonny Music France

12 - 16 mars 2018