

# Merk-, markt- en concurrentieanalyse



# Merkanalyse

## Wat is een merkanalyse en waarom maak ik die?

Ik maak een merkanalyse om mijn merk beter te leren kennen en het merk vanuit verschillende aspecten te bekijken. Hierdoor kan ik uiteindelijk een beter aansluitend(e) communicatie plan, marketing plan, of reclame campagne maken.

## Wie is het merk? Waar staat het merk voor?

Mr. Marten is het alias van Marten Oosterhaven, artiest en een 3e jaar student aan de Rockacademie te Tilburg. Mr. Marten is 20 jaar oud en komt oorspronkelijk uit Wageningen maar woont momenteel op kamers in Tilburg. De act Mr. Marten bestaat verder nog uit een drietal bandleden waarbij Marten toetsenist is en de zang verzorgt.

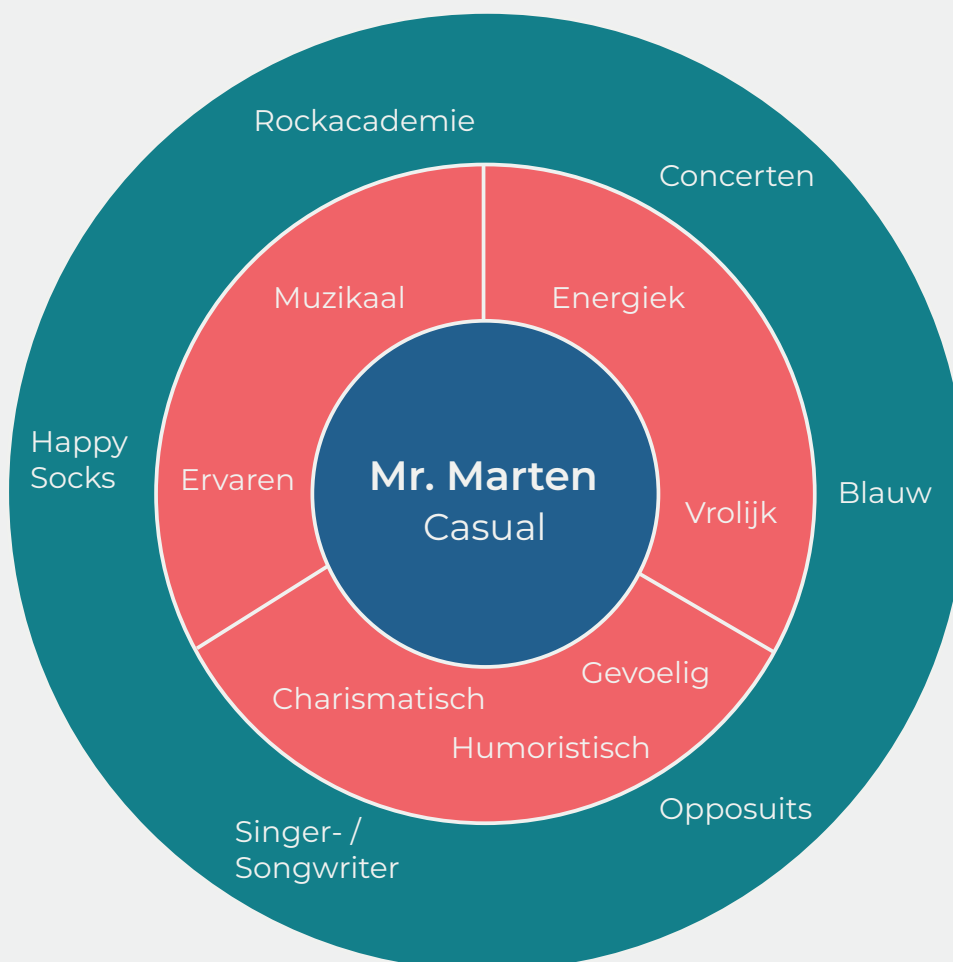
Mr. Marten is een energieke, charismatische en humoristische band. Marten is erg informeel, casual en positief en omschrijft zijn muziek als "Goeie muziek met een goeie grap op de achtergrond". Niet te serieus dus, maar wel met inhoud. Hij wil wel mensen raken met zijn muziek. Zijn inspiratie haalt hij onder andere uit zijn familie.

## Waarin blinkt je merk uit? Wat maakt het uniek (bekijk hiervoor ook de concurrenten)?

Marten speelt vooral Pop, Jazz en Rock muziek. Marten's inspiratiebronnen zijn Bruno Mars, Michael Jackson en Jamie Cullum. Hij ziet Jett Rebel als zijn concurrent qua muziek, niet qua uitstraling.

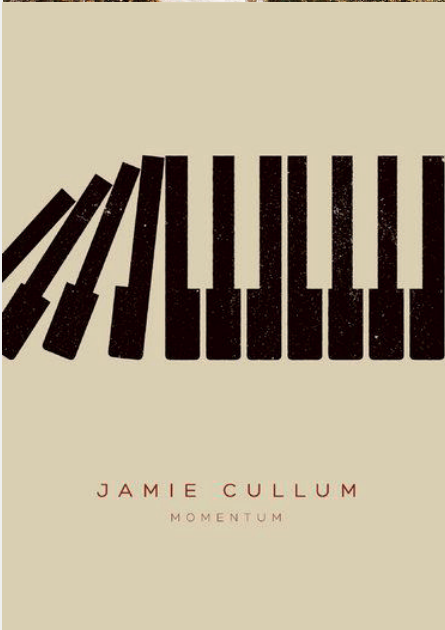
Marten is anders dan zijn concurrenten, omdat zijn concerten kleiner en intiemer zijn. Zijn muziek is erg geschikt voor kleine zalen, cafés en huiskamerconcerten. Hierdoor heeft hij meer contact met zijn fans.

## Brandtemplate





## Moodboard





# Marktanalyse

## **Wat is een marktanalyse en waarom maak ik die?**

Ik gebruik een marktanalyse om beter te bekijken in welke markt ik het merk Mr. Marten ga verkopen. Ik neem een diepere blik in de markt, waardoor ik een beter plan kan maken om Mr. Marten de markt in te brengen.

## **Hoe ziet de muziekwereld eruit (in zijn algemeenheid en specifiek het domein waarin jouw band actief is)? Hoe werkt de muziekindustrie?**

De muziekindustrie is erg competitief en afhankelijk van de huidige trends en media. De drang om te presteren ligt daardoor erg hoog. Het resultaat daarvan is dat artiesten elkaar vaak gaan kopiëren om de trends bij te kunnen houden. Er is daardoor weinig originaliteit in de muziekindustrie.

Aangezien Mr. Marten een beginnende band is, en er steeds meer nieuwe bands als paddenstoelen uit de grond schieten, is het belangrijk voor Mr. Marten om zijn eigen stijl te vinden. Hij moet ergens mee op kunnen vallen tussen alle anderen.

Het genre van Mr. Marten is poprock. Poprock is een muziekgenre dat elementen combineert van zowel pop- als rockmuziek. Nummers in dit genre kunnen worden herkend aan hun eenvoudige liedstructuur, pakkende melodieën, muzikale passages, het gebruik van elektrische gitaren en slaginstrumenten en een enigszins agressieve houding.

## **Wat zijn interessante media-uitingen voor bands?**

Een brandguide, website, social media, stickers, posters en ander promotiemateriaal is erg belangrijk voor bands om bekendheid op te bouwen.

## **Hoe komen bands aan optredens, wat zijn interessante podia, wie zijn belangrijke influencers in de markt?**

Veel bands zijn aangesloten bij platenlabels die hun optredens regelen. Kleine bands zoals Mr. Marten moeten het vooral hebben van voorprogramma's voor andere bands of ze regelen zelf iets met bijvoorbeeld een café. Ook het noemen van hun naam door social media influencers, radio dj's, presentators enz. kan optredens opleveren.

Voor Mr. Marten zijn kleinere podia zoals Poppodium 013 in Tilburg en de Effenaar in Eindhoven interessant. Ook cafés zoals Altstadt en Café The Jack op Stratumseind in Eindhoven zijn potentiële locaties voor optredens van Mr. Marten.

## **Wat is de doelgroep van Mr. Marten?**

Marten zegt zelf dat zijn doelgroep mensen tussen de 18 en 45 jaar is. Hij richt zich vooral op jonge mensen. Dit is een erg vage, brede doelgroep. Om hier een beter beeld van te krijgen, ga ik met mijn proftaakgroep hiervoor in de volgende sprint een doelgroeponderzoek uitvoeren.

# Concurrentieanalyse

## **Wat is een concurrentieanalyse en waarom maak ik die?**

Om Mr. Marten een zo goed mogelijke start te geven, moeten we eerst hun concurrenten bekijken. Hoe zij aan hun naamsbekendheid zijn gekomen, wat hun promotie middelen zijn, wat voor muziek zij produceren etc. Door alle goede aspecten te pakken van onze concurrenten heb je eerder kans op een geslaagde marketing campagne dan wanneer je zomaar iets gaat doen.

## **Wie zijn je concurrenten?**

Marten ziet Jett Rebel als zijn concurrent qua muziek, niet qua uitstraling. Marten maakt net als Jett Rebel gevoelige pop/rockmuziek en beiden gebruiken veel humor in hun performance. Het verschil is echter dat de muziek van Marten ook jazz elementen bevat en dat Jett Rebel erg exentriek is. Dat is Marten totaal niet.

## **Wat doen andere bands om naamsbekendheid te krijgen?**

De meeste bands hebben wel een website, maar zijn vooral actief op social media. Een sterk logo en aantrekkelijke bandposters kunnen ook erg belangrijk zijn. Verder staan minder bekende bands vaak in het voorprogramma van bands die al veel naamsbekendheid hebben. Zo kan de ene band de andere introduceren aan het publiek.

## **Welke goede voorbeelden zijn interessant voor jouw band?**

Marten vergelijkt zichzelf graag met Jamie Cullen. Dit is zijn grootste inspiratiebron en de muziek en uitstraling liggen erg dicht bij die van Marten. Hij ziet Jamie Cullen echter niet als zijn concurrent, omdat hij nog maar net begint in de muziekindustrie. Jamie Cullen is natuurlijk al wereldberoemd.