

# 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.

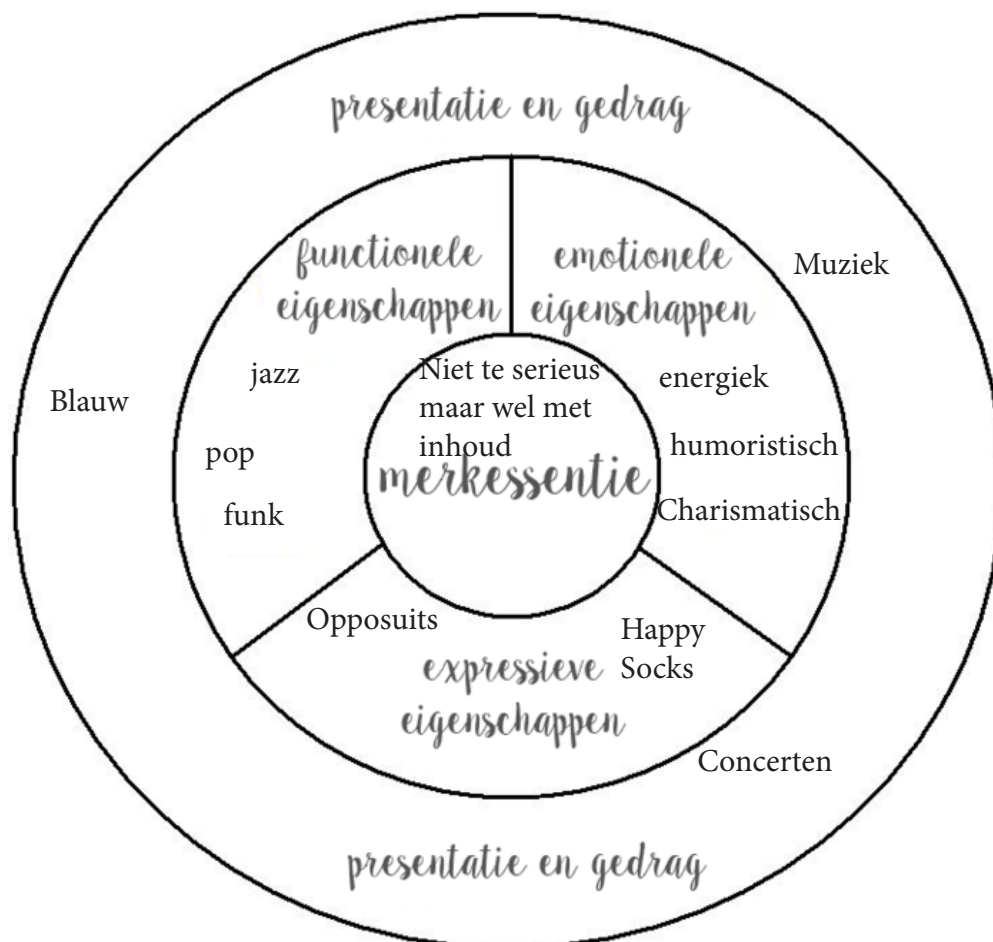
Mr. Marten is een energieke, charismatische en humoristische band. Marten is erg informeel, casual en positief en omschrijft zijn muziek als "Goeie muziek met een goeie grap op de achtergrond". Niet te serieus dus, maar wel met inhoud. Hij wil wel mensen raken met zijn muziek. Zijn inspiratie haalt hij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

## Waarin blinkt je merk uit?

Marten speelt vooral Pop, Jazz, Funk en Rock muziek. Marten's inspiratiebronnen zijn Bruno Mars, Michael Jackson en Jamie Cullum.

## Wat maakt het uniek (bekijk hiervoor ook de concurrenten)?

Neem hierin in elk geval de merktemplate en het moodboard mee.



# 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)?**

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

### **Hoe werkt de muziekindustrie?**

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

Bedenk ook wie je doelgroep is. Kijk verder dan leeftijd en geslacht, maar vooral wat de verschillende mensen in de doelgroep met elkaar gemeen hebben en wat relevant is voor je band. Bijvoorbeeld muzieksmaak, uitgaansgedrag, mediagebruik, etc.

# 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.

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

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