

Merk, markt concurrentieanalyse

Dylano Hartman

Inhoud

Merk analyse	3
Wie is je merk?	3
Waar staat het merk voor?	3
Waarin blinkt je merk uit?	3
Wat maakt het uniek?	3
Moodboard	4
Marktanalyse	5
Wat zijn interessante media voor bands?	5
Muziek media	5
Sociale media	5
Hoe werkt de muziekindustrie?	6
Hoe komen bands aan optredens, en wat zijn interessante podia?	6
Concurrentieanalyse	7
Wie zijn de concurrenten?	7
Wie zijn inspiratiebronnen?	7
Doelgroep analyse	8
SWOT-analyse	9

Merk analyse

Wie is je merk?

Moeders Mooiste is een Nederlandstalige funkrockband uit het zuiden van het land. Door o.a. funk, hiphop, rock, reggae, ska en Balkan te combineren met catchy zanglijnen maken zij te gekke nummers waar je helemaal op kan losgaan. Moeders Mooiste geeft Nederlandstalige muziek weer ballen!

Waar staat het merk voor?

Moeders Mooiste maakt graag muziek die ze zelf willen luisteren. Moeders Mooiste staat echt voor gezelligheid, en laat dit merken in de muziek en de teksten.

Waarin blinkt je merk uit?

Moeders Mooiste blinkt uit in hun eigen nummers. Doordat Moeders Mooiste zijn eigen nummer schrijft en produceert zit er achter elk nummer een eigen verhaal en ingeving. Dit neemt mensen mee met hun ervaringen en hier kunnen ze zichzelf mee identificeren.

Wat maakt het uniek?

Moeders Mooiste bevindt zich in een genre dat in het algemeen minder bekend is of geapprecieerd wordt, dit zorgt ervoor dat het makkelijker is om uniek te zijn binnen het genre. De teksten maakt het uniek omdat dit teksten zijn ontstaan uit hun eigen ervaringen. Verder heeft de band graag contact met het publiek, omdat dit een beetje dezelfde soort mensen zijn.

Moodboard



Marktanalyse

Wat zijn interessante media voor bands?

Er is een flink aanbod aan media dat interessant kan zijn voor bands. Hierbij hoeft niet alleen maar gedacht te worden aan media om de muziek te streamen, maar ook aan platformen om bijvoorbeeld foto's en filmpjes te delen. Door het groeiende aanbod aan muziek wordt het steeds belangrijker voor bands om dingen te doen die andere niet doen, zoals een band opbouwen met de fans.

Muziek media

YouTube

Op YouTube kunnen bands muziek delen. Dit kan hier met muziek en video's, dit kan een voor en na deel zijn want niet iedereen is in staat om een muziekvideo te maken. Dit platform heeft verreweg de meeste gebruikers en dus heeft het ook het grootste bereik.

Ook zou de band vlogs kunnen plaatsen op YouTube.

Spotify

Spotify is een erg goed platform om muziek te delen. Dit is een platform speciaal bedoeld voor muziek. Dankzij de gerelateerde nummers en bands die je kan zien kunnen mensen op deze manier ook bij Moeders Mooiste uitkomen.

Soundcloud

Dit is een erg populair platform voor beginnende artiesten. Dit heeft een aanzienlijk lager gebruikersaantal dan eerder genoemde platformen, maar het is wel toegankelijker. Hier kun je sneller ontdekt worden en een publiek opbouwen.

Sociale media

Facebook, Instagram, Snapchat

Deze verschillende social media zijn tegenwoordig erg belangrijk om informatie te delen en fans een kijkje te geven achter de schermen. Hierbij kan gedacht worden aan foto's van backstage, video's van het repeteren en foto's van optredens.

Hoe werkt de muziekindustrie?

Van downloaden naar streaming

Na de cd's, veranderde internet de muziekindustrie. Muziek werd gedownload, dit gebeurde vooral gratis, waardoor artiesten veel geld mislopen. Uiteindelijk ging iTunes hierop inspelen door muziek downloadbaar te stellen voor een lichte vergoeding. Uiteindelijk kwamen streamingdiensten opgang, muziek hoeft niet meer gedownload te worden om het te kunnen luisteren, tevens werd dit gratis beschikbaar gesteld. Streamingdiensten zoals YouTube en Spotify maken gebruik van advertenties om de artiesten te betalen. Hierdoor kan jij gratis muziek luisteren, tegen een tegenprestatie. Vaak kun je om de advertenties te vermijden een abonnement aanschaffen voor een klein bedrag.

Een band heeft een manager, hij regelt de optredens en marketing. Bands kunnen naamsbekendheid opbouwen door in voorprogramma's staan, samenwerkingen aan te gaan met grotere artiesten of ontdekt worden op internet.

Hoe komen bands aan optredens, en wat zijn interessante podia?

Concerten steeds belangrijker

Doordat er steeds meer wordt gedownload verdienen zowel de artiesten als de platenmaatschappijen geen geld meer. Hierdoor wordt er steeds meer ingezet op concerten/festivals, oftewel live-ervaring met de band. Tevens is de vraag naar live-ervaringen de afgelopen jaren flink gegroeid. "Ergens bij zijn geweest" wordt steeds belangrijker in de samenleving, hierdoor komen er steeds meer concerten/festivals in de omloop.

Kleine bands komen voornamelijk aan optredens via hun manager of via contacten. Zodra ze bij een aantal cafés of bij voorprogramma's hebben opgetreden komt de bekendheid steeds verder naar boven in de omgeving, en zo slaat het aan. Steeds meer mensen zullen hun naam kennen en zo komt hun naam naar buiten. Uiteindelijk blijven de connecties groeien en word je steeds een beetje groter.

Concurrentieanalyse

Wie zijn de concurrenten?

Sinds Moeders Mooiste nogal een beginnende band is, is er ook nog niet per se directe concurrentie binnen het genre. De meeste concurrentie zit in andere beginnende bands en artiesten en andere die afstuderen van de Rockacademy waar Moeders Mooiste ook vandaan komt. Verder is Moeders Mooiste vrij uniek binnen de beginnende bandjes en artiesten omdat ze binnen het Nederpop genre zitten. Al met al is de concurrentie dus alle artiesten en bandjes die willen optreden op kleine podia zoals bijvoorbeeld Grenswerk.

Wie zijn inspiratiebronnen?

Er zijn een paar goede inspiratiebronnen van Moeders Mooiste. Deze zijn:

Jett Rebel

Jett Rebel doet ongeveer dezelfde stijl muziek, hierdoor is het goed voor Moeders Mooiste om te kijken hoe Jett Rebel populair is geworden, en dit pad te volgen.

Kensington

Hoewel Moeders Mooiste zich totaal niet wil associëren met Kensington, is Kensington wel een goed voorbeeld voor ze. Moeders Mooiste wil graag hetzelfde pad volgen, maar niet op zo'n commerciële manier zoals Kensington. Moeders Mooiste wil graag zichzelf blijven.

Chef's Special

Chef's Special heeft grotendeels dezelfde doelgroep, jongeren die graag uitgaan en zich associëren met de teksten. Dit heeft Moeders Mooiste ook.

Doelgroep analyse

Wat denkt de band zelf?

In een interview met de band is er gevraagd wat de band zelf als doelgroep wil. Dit zijn volgens hun mensen zoals hun zelf: Een beetje hipster, gezellig, houden van uitgaan en feesten en zijn rond de leeftijd van 15 en 25.

Interviews

Om te achterhalen of dit wel zo is en om te zoeken naar de doelgroep hebben we verschillende soort mensen muziek laten luisteren van Moeders Mooiste en gevraagd wat ze ervan vinden. Op deze manier kwamen erachter dat de leeftijd groep eerder tussen de 20 en 30 ligt. Dit komt vooral omdat veel van de liedjes over het uitgaansleven en drinken gaan. Hier kunnen mensen tussen de 20 en 30 zich beter mee identificeren dan mensen van 15. Na mensen te hebben gevonden deze muziek wel leuk vinden en binnen de doelgroep passen, zijn deze geïnterviewd. Deze interviews gaan over onderdelen zoals op wat voor platform ze muziek luisteren, hoe ze nieuwe artiesten vinden en op de hoogte blijven wanneer er nieuwe muziek uitkomt.


De doelgroep

Na een boel informatie te analyseren is er een bepaalde doelgroep uitgekomen binnen de 20 en 30-jarige leeftijdscategorie:

- Sociale jongeren die graag uitgaan en lekker kunnen genieten van een biertje.
- Gaan graag naar festivals zoals Pinkpop.
- Hipster/ alternatieve mensen.
- Kan wel genieten van muziek van artiesten als: Jett Rebel en Chef's Special.

Persona

Robin Hendriks




"De perfecte koffie bestaat niet."

Leeftijd: 23
Werk: Freelance Video Editor
Stad: Eindhoven
Opleiding: Media vormgeving

Persoonlijkheid

Introvert	Extrovert
Intutief	Realistisch
Logisch	Principes
Assertief	Voorzichtig

Brands & Influencers



Doelen

- Mijn Media vormgeving diploma halen
- Een wereld reis maken
- Altijd blijven genieten van het leven.
- Een media startup starten

Frustraties

- Wachtrij bij de Starbucks
- Cliënten die niet precies weten wat ze willen
- Was er maar vrede.

Bio

Sinds kleins af aan ben ik al een avontuurlijk type. Altijd al voelde ik me niet helemaal thuis tussen de "normale" mensen. Ik ging graag om met de meer alternatieve types. Toen ik 12 jaar was ontdekte ik video editing via YouTube. Ik kreeg een goedkope macbook waar ik dit op kon doen. Dit was echt mijn passie. Wel wilde ik dit als hobby houden, en niet als werk, hierdoor ben ik media vormgeving op het SintLucas. Om geld bij te verdienen doe ik wel freelance video editing.

Favoriet eten / drinken

Sociaal	Grappig	Avontuurlijk
Levensgenieter		
Avocado		
Ijskoffie		
Groentensappen		
Taco's		
Vegan muffins		

Hobbies

Video editing	
Designen	
Uitgaan	
Reizen	

SWOT-analyse

