

PRODUCTVERANTWOORDING

KLEUR

Qua kleur hadden we allemaal een eigen idee over welke kleuren wij het beste bij de band vonden passen. Dit kwam ook doordat we allemaal een ander beeld hadden van de band. We hebben lang overlegd over welke kleuren wij het beste vonden, maar we hebben uiteindelijk een kleurengenerator opgestart en zo zijn we uiteindelijk tot onze definitieve kleuren gekomen. Dit hebben we gedaan door letterlijk duizend keer op *Random* te klikken totdat we iets vonden wat we allemaal mooi vonden. Het zijn 3 zomerse kleuren samen met een wit en een zwart.

De kleuren zijn als volgt:



LOGO

Op het logo hebben we heel lang vast gezeten. We hebben eerst allemaal een paar logo's gemaakt en hiervan 25 in een document gezet. Dit hebben we doorgestuurd naar Moeders Mooiste, maar zij gaven aan dat ze eigenlijk geen enkel logo echt vet vonden. Deze feedback hebben we verwerkt en hierna hebben we een nieuw blaadje gemaakt met een paar nieuwe en een paar bestaande logo's. Met dit hebben we gebruikerstesten gedaan en hieruit bleek dat 2 tekstlogo's en 2 beeld logo's het beste uit de test kwamen. Van deze 4 vond Moeders Mooiste het idee van het monstertje het leukst en hier hebben we dan ook een definitieve versie van gemaakt met rondere hoeken en soepelere vormen.



TYPOGRAFIE

Als typografie hebben we eerst allemaal onze eigen ideeën van typografie een beetje uitgewerkt. Dit hield vooral in dat we één lettertype zochten voor de titels en één lettertype zochten voor normale teksten. Hier zijn twee goede lettertypes uitgekomen, maar Moeders Mooiste gaf aan dat ze dit geen mooi lettertype vonden. Uiteindelijk zijn daarom de lettertypen Prompt, in Black en Bold variaties en Roboto regular gekozen.

Prompt Black in caps Lock voor kopjes en Prompt Bold voor sub-kopjes. Roboto regular wordt gebruikt voor paragraaf teksten.

FOTOGRAFIE

Voor onze fotografie vonden we het leuk om veel green screen foto's te gebruiken. Deze hebben we uitgesneden en vervolgens op een andere, meestal effen, achtergrond gebruikt. De band zelf vond dit ook erg cool uitzien. Vaak zijn de kerels zelf ook in een andere kleur en dan meestal een grijstint.



WEBSITE

Op de website hebben we niet lang gezeten. We hebben allemaal een ontwerp gemaakt en dit hebben we weer met elkaar besproken. Op dit moment hadden we al gehoord dat Moeders Mooiste onze site toch niet zou overnemen, dus we wilden geen discussie voeren over welke site het mooiste was. We hebben gezamenlijk voor Max zijn ontwerp gekozen en Max, Mark en Dylano zijn vervolgens de site gaan uitwerken. We hopen dat onze site Moeders Mooiste toch geïnspireerd raakt door onze site zodat ze misschien toch iets overnemen.

TOON VAN STEM

Mark had een tijdje terug een post van Moeders Mooiste op Facebook gezien. In deze post werd het Engelse throwback vertaald naar teruggooi. Mark leek het een leuk idee om in hun hele opzet geen enkel Engels woord te gebruiken. Dit past goed bij de band, omdat zij ook een Nederpopband zijn. Tevens geeft het een grappig effect en is het een teken van zelfspot, iets wat de band ook wilt uitstralen.

PROCES VERANTWOORDING

SPRINT 1: ORIËNTATIE

- Discussies – Alles;
- Onderzoek – Logo (lab), doelgroep (veld), Logo aan MM (showroom);
- Interviews – Doelgroep (veld), social media (lab), muzikspeler (lab);

Veelal interviews gehouden met de doelgroep die wij voor ogen hadden. Deze bleek na al het onderzoek ook de doelgroep te zijn waar Moeders Mooiste voor gaat. Door middel van muziek laten luisteren tot aan logo's op snapchat posten en mensen te laten stemmen op wat zij het beste vonden.

SPRINT 2: ONTWERP

- Discussies - Alles;
- Onderzoek - Lay-out website (lab), posters (lab);

Schetsen gemaakt en voorgelegd aan de groep, posters gemaakt en deze bekritiseerd.

Het ontwerp is de mogelijkheid om te laten zien dat je snapt als groep wat de band voor ogen heeft en dit uit te werken in een design voor in dit geval de website of een poster. Ook de logo's zijn verder verbeterd na kritiek in deze sprint.

Vooraf het schetsen van lay-outs tijdens de lessen of workshops hebben geholpen met het ontwerpen van de website en de pagina's die de content moeten laten zien, op een manier die de uitstraling van Moeders Mooiste op een correcte manier kan weergeven.

SPRINT 3: BOUWEN

- Verdeling van taken;
- Uitwerking;

Deze sprint draait om het daadwerkelijk uitwerken van de ontwerpen en de vergaarde kennis van sprint 1 in een product. De website en brandguide waren de twee grootste onderdelen hiervan. De website wordt volledig via het ontwerp na gemaakt en continue verbeterd dankzij feedback en tijdens het realiseren van de ontwerpen zelf op nieuwe ideeën te komen gaandeweg.

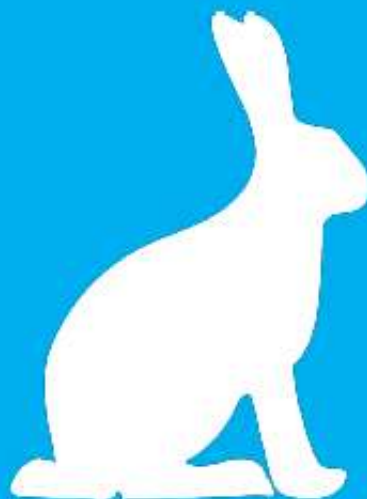
PROJECT DOCUMENT SPRINT 1

Projectdocument

In dit document wordt de aanpak, planning en realisatie van de branding verwoord. Hierin wordt ook de afbakeningen en aansprakelijkheid opgesteld van Pa's mooiste.

Pa's Mooiste

Media Solutions





Voorwoord

De verkregen opdracht is om voor een band van de Rockacademie een nieuwe visuele identiteit te creëren. Deze band staat bekend onder de naam "Moeders Mooiste", een nieuwe, funky nederpop band, ontstaan uit een groepje studenten van de Rockacademie van Fontys. Deze 4 bandleden konden na de Rockacademie niet wachten om muziek te gaan maken, dus hebben ze hun huidige visuele identiteit snel in elkaar geflanst. Nu ze hierop terugkijken hebben ze spijt van de huidige stijl, vandaar dat Pa's Mooiste wordt ingeschakeld.

Pa's Mooiste is een bedrijf wat zorgt voor de visuele identiteit van een artiest of band. Merk documenten, huisstijlen, enz.: niks is onmogelijk voor Pa's Mooiste.

Met dank aan het docententeam van Fontys FHICT en Media Design die betrokken waren bij het project.



Inhoudsopgave

Het bedrijf	4
De opdracht	5
Opdrachtomschrijving	5
Doelen van de opdracht	5
Analyse van de opdracht	6
Werkzaamheden (scope)	7
Eisen aan de opdracht	8
Aanpak	9
Methode	9
Onderzoeksstrategieën	10
BIEB	10
VELD	11
LAB	11
SHOWROOM	12
WERKPLAATS	12
Activiteiten	13
Planning	15
Afspraken rondom communicatie	16
Afbakening en Juridische afspraken	17
Bevestiging van overeenkomst	18



Het bedrijf

Er zal een opdracht uitgevoerd worden voor Geert van Oorschot, de leadzanger en gitarist van de band Moeders Mooiste. Moeders Mooiste is een band die geplaatst kan worden in het nederpop genre. De huidige staat van het merk rondom de band is nog minimaal en niet doeltreffend. De band richt zich vooral op het jongere publiek, maar door de staat van hun branding heeft Moeders Mooiste nog geen groot bereik.

De belangrijkste concurrenten van de band zouden beginnende artiesten van de Rockacademie of Nederlandstalige start-up bandjes kunnen zijn als 'Hippe Gasten'. Wat niet de bedoeling is, is dat de band een soortgelijke branding ondervindt als bijvoorbeeld het grootte Kensington. De branding van Kensington is feilloos, Moeders Mooiste wil juist niet zo netjes en gepolijst overkomen op de mensen. Moeders Mooiste onderscheid zich al een groot deel van andere artiesten van de Rockacademie door Nederlandstalige muziek te maken, merendeel is gebaseerd op engelse muziek.

Verder is het belangrijk om te weten dat Moeders Mooiste op dit moment wel enige visuele identiteit heeft, maar dat deze volledig omgegooid mag worden. Alles mag opnieuw doordacht en ontworpen worden behalve de naam van de band.



De opdracht

Opdrachtomschrijving

Voor deze opdracht zal er een branding uitgevoerd worden voor de band Moeders Mooiste. Het eindresultaat zal bestaan uit een groot aantal deelproducten. Er gaat een nieuwe website ontworpen en gemaakt worden, een aantal varianten van posters en flyers. Een nieuw logo, een huisstijl document en nog veel meer. Al deze deelproducten zijn samen de opdracht. Voor feedback wordt er contact gelegd met de band dus er zal altijd vooruit en doorgewerkt kunnen worden.

Doelen van de opdracht

De band heeft de opdracht gegeven, omdat ze er zelf helemaal niet in thuis zijn en niet zo goed weten wat ze met hun mediacampagne en dergelijke aanmoeten, dit probleem zal door ons opgelost worden. In de zomer van 2018 zal de band in ieder geval een nieuwe website, logo, posters, huisstijl document, photoshoot en eventueel andere mediaproducten hebben mits er genoeg tijd voor is.



Analyse van de opdracht

Het probleem waar Moeders Mooiste al eerder tegenaan liep is dat ze niet tevreden zijn met hun huidige visuele identiteit. Dit komt vooral doordat ze niet lang genoeg hebben nagedacht over wie ze precies zijn en wie ze willen uitbeelden. De vraag was dan ook om een visuele identiteit te ontwikkelen die goed laat zien wie deze 4 bandleden zijn en waar ze voor staan. De uitdaging bij dit vraagstuk is dat de bandleden zelf ook nog niet zo goed weten wat ze willen laten zien. Toch willen ze dit snel ontdekken; binnenkort komt er een nieuw album van Moeders Mooiste uit die in de nieuwe huisstijl moet zijn. Als dit nieuwe album niet in de correcte huisstijl is, zal dit zorgen voor minder bekendheid en minder succes bij Moeders Mooiste. Dit komt doordat als ze de nieuwe stijl lanceren na de release van het nieuwe album mensen misschien verward raken.

Een paar weken geleden is er een interview gehouden met 2 van de leden van Moeders Mooiste. Zelf hadden ze wel al wat voorbeelden laten zien in een PowerPoint van wat ze zelf interessante stijlen vinden. Hiermee kan er een begin gemaakt worden aan de nieuwe huisstijl. Met deze nieuwe huisstijl zal Moeders Mooiste bekender worden dan eerst.

6



Werkzaamheden (scope)

Om de branding voor de band Moeders Mooiste goed te maken zijn er een aantal dingen die gedaan moeten worden. Als eerste wordt er een debriefing gemaakt en naar de opdrachtgever gestuurd om zeker te weten dat de opdracht begrepen is en beide partijen op één lijn zitten.

Daarna wordt er een samenwerkingsovereenkomst opgesteld binnen Pa's Mooiste, zodat er duidelijke afspraken worden gemaakt en dat dus niet fout kan. Als alle voorbereidingen zijn afgerond kan de ontwerpfase beginnen. Er wordt beslist over een huisstijl die in alle producten terug komt. Dit zal worden opgesteld in een huisstijl document. Na dat dit beslist is worden er allerlei schetsen en concepten gemaakt. Deze zullen besproken worden met de opdrachtgever zodat er weer gekeken kan worden of dit ongeveer is wat de opdrachtgever voor ogen had.

Als een concept bevat kunnen er prototypes gemaakt worden. Deze zullen getest worden met als doel het zoeken naar verbeterpunten. Als de user experience klopt kunnen de producten gebouwd worden. Ook wordt er een photoshoot gehouden met de band. Uiteindelijk zijn er een aantal producten die opgeleverd worden, deze zijn een brand guide, logo, website en een poster. Als er nog extra tijd is kan er gekeken worden naar flyers, extra posters en andere reclamemiddelen.

Er zijn een aantal risico's die een slechte invloed kunnen hebben op het project een van deze risico's ligt bij de communicatie. De opdracht kan vastlopen wanneer niet door beide partijen tijdig contact wordt gelegd. Ook kunnen er problemen voorkomen bij de opdrachtnemer wanneer de communicatie niet op één lijn zit. Ook kan het voorkomen dat de planning niet realistisch of haalbaar is en hier geen rekening mee gehouden wordt.

7



Eisen aan de opdracht

Het eindproduct bestaat uit deelproducten. In de tabel is de MoSCoW van de opdracht te vinden.

Must have	Should have	Could have	Won't have
Website met CMS	Flyers	CD-ontwerp	Muziek videos
Logo		Social Media style	
Poster			
Photoshoot			
Brand guide			

Alles wat in het Must have gedeelte staat, moet en zal er zijn aan het eind van het project. De website gaat een eigen CMS systeem krijgen waarmee de bandleden hun concerten en optredens kunnen toevoegen aan de website. Het liefst willen ze hiervoor de Bandsintown app gebruiken, omdat ze hier al bekend mee zijn. Ook is de website in de eigen huisstijl en is het logo op de site goed te zien. Dit logo zal ook te zien zijn op de poster die er voor Moeders Mooiste gemaakt is. Dit wordt een poster die op elk formaat kan worden gebruikt, denk hierbij ook aan bushokjes of a4 formaat. Met deze poster wordt Moeders Mooiste bekender bij een groter publiek, om zo hopelijk leden van de doelgroep te raken. Hoe deze poster eruit gaat zien is ot niet bekend, maar er komt sowieso ook nog een photoshoot. Met de gemaakte foto's tijdens de photoshoot kan er beeldmateriaal gebruikt worden van de band op verschillende media-uitingen zoals de website of de poster, zodat het publiek een beter beeld krijgt van de bandleden. Al deze media-uitingen komen samen in de brand guide. Dit kan in de toekomst gebruikt worden bij andere media-uitingen.

Als het project vroegtijdig voltooid is zal er begonnen worden aan het maken van de should have's. Mocht dat ook allemaal af zijn de could have. De won't have's zullen niet gemaakt worden.

8



Aanpak

Methode

De methode waarmee dit project wordt gerealiseerd is heet Scrum. Scrum is een methode om in teamverband op een effectieve, flexibele manier producten en software te ontwikkelen. Scrum is in de wereld van IT al zeer succesvol gebleken, inmiddels wordt de werkwijze ook toegepast in business afdelingen als marketing, sales, HR en finance. De voordelen van Scrum is dat er op een overzichtelijke manier iedere paar weken een (deel)product af is.

9



Onderzoeksstrategieën

Er worden verschillende onderzoeksstrategieën toegepast. De volgende onderzoeksstrategieën worden hieronder toegelicht met hoe deze worden toegepast en beschreven wanneer, waarom en met welk doel deze wordt toegepast:

BIEB

In deze strategie wordt er op zoek gegaan naar beschikbaar werk (denk aan literatuur, online bronnen zoals wikipedia, blogs, enz.) dat als basis kan dienen voor de innovatieve oplossing. Bijvoorbeeld door een literatuurstudie en een concurrentie analyse.

De strategie bieeb gaat worden toegepast om naar bestaand werk van andere media designers en/of bureaus te kijken en te bestuderen. Dit wordt gedaan om aan het begin van het project al vroeg in de loopbaan van het project ons te hebben georiënteerd op welk onderzoek er al is gedaan en waar we op verder kunnen bouwen. Voorbeelden van onderzoeksmethodes die er gebruikt gaan worden zijn concurrentie analyses, doelgroep analyses en literatuurstudies.



VELD

In deze strategie wordt er letterlijk in de toepassingscontext gedoken, het 'veld', om informatie te verzamelen met betrekking tot het toepassingsdomein: gebruiker, opdrachtgever, concurrentie, domein/branche, enz. Bijvoorbeeld door interviews, enquêtes en observaties.

De strategie veld gaat worden toegepast om zowel kwantitatief als kwalitatief onderzoek te doen. Dit wordt gedaan om informatie te verkrijgen over de mogelijke doelgroep van de opdrachtgever. Voorbeelden van onderzoeksmethodes die er gebruikt gaan worden zijn interviews en enquêtes.

LAB

In deze strategie wordt er een oplossing getoetst in een gecontroleerde situatie. Bijvoorbeeld door testen met gebruikers te doen, expert reviews en performance testen.

De strategie lab gaat worden toegepast om gemaakt werk te testen. Dit wordt gedaan om te kijken of de wensen van de gebruiker terugkomen in het eindproduct. Als het moet, kunnen er dingen worden aangepast om het makkelijker of duidelijker te maken voor de gebruiker. Voorbeelden van onderzoeksmethodes die gebruikt gaan worden zijn gebruikers testen en expert reviews van docenten.



SHOWROOM

In deze strategie wordt er gekeken naar het positioneren van de oplossing ten opzichte van andere al bestaande oplossingen. Herbruikbaarheid vergroten. Bijvoorbeeld door het maken van een framework, het duiden van het werk in het licht van gangbare theorieën, benchmarking, het vergelijken van het werk met bestaande oplossing.

De strategie showroom gaat worden toegepast om oplossingen die er bedacht worden te vergelijken met vergelijkbaar werk. Dit wordt gedaan om te kijken of de gemaakte oplossing vergelijkbaar met bestaand werk. Voorbeelden van onderzoeksmethodes die er gebruikt gaan worden zijn het vergelijken van het werk met bestaande oplossing en een heuristische evaluatie.

WERKPLAATS

In deze strategie wordt er gericht op verbetering van de oplossing zelf. Er worden nieuwe wegen verkend of een oplossing wordt verbeterd. De manier waarop is wel methodisch en gestructureerd. Bijvoorbeeld door vormstudies, prototyping, software optimalisatie.

De strategie werkplaats gaat worden toegepast om door middel van prototypes zinnige conclusies te trekken over het product. Dit wordt gedaan om informatie te verkrijgen over een voorgesteld product dat als prototype is uitgewerkt. Een voorbeeld van een onderzoeksmethode die er gebruikt wordt is prototyping.



Activiteiten

Geplande activiteiten staan onder werkzaamheden (scope) onder het hoofdstuk 'De opdracht'.

De volgende activiteiten zijn al reeds gedaan: er zijn 2 panels gehouden onder 2 verschillende groepen, een interview gehouden met een persoon uit de mogelijke doelgroep en er is een soortgelijk interview gehouden met een oudere vrouw van 52 jaar oud met als doel het afbakenen van de doelgroep.

Het eerste panel dat gehouden is, is met een groep jongeren van 22 jaar, met als muzieksmak boerenrock/pop/radio. Wat deze groep voornamelijk doet in hun vrije tijd is naar de kroeg of iets op het platteland. Ze vormden na enkel overleg een gezamenlijke mening dat als het op de radio opkwam, ze het op zouden laten staan. Maar ze het niet zelf op zouden zoeken. Komt ook wel door het feit dat ze dat ook niet zouden doen voor bijna elk ander lied op de radio, omdat ze dat over het algemeen niet gauw doen.

Het tweede panel dat gehouden is, is met een band die normaal gesproken alleen metal luisteren. Ze waren benaderd door Pa's Mooiste tijdens het repeteren voor hun band. De reacties van de verschillende bandleden waren vooral verbazend. Normaal gesproken luisteren ze alleen naar metal muziek, maar toch vond iedereen de muziek van Moeders Mooiste wat hebben. Ze zeiden dat het instrumentaal heel vet was, maar ze de zang niet echt vet vonden. De conclusie die ze samen maakte was dat ze er vooral positief over waren. Als het aan hen lag zouden ze het wel op laten staan als het op de radio kwam omdat ze het toch wel leuke muziek vinden om te luisteren.



Verder is er een interview gedaan met iemand waarvan er verwacht wordt dat ze bij de doelgroep hoort. Deze persoon is Cécile Robberts. Een van de groepsleden zou haar beschrijven als een gezellige en alternatieve meid, zelf beschrijft ze zich als iemand die houdt van spaghetti met gehaktballen. Ze luistert veel naar alternatieve muziek (garage/metal/niet-echt-metal) en zelf geeft ze aan dat ze vooral naar "rare" muziek luistert. Ze luistert vrijwel altijd muziek, behalve op de momenten dat het echt niet kan. Het ligt wel aan haar stemming welke muziek ze op zet. Vroeger ging ze vaak naar concerten en van deze concerten bleef ze op de hoogte via een nieuwsbrief in de mail. Vaak vindt ze deze mails vervelend, maar soms ziet ze iets waar ze graag heen zou willen gaan. Nieuwe bands ontdekt ze via een YouTube kanaal; als dit kanaal een album goed vindt, vindt zij het ook goed. Ook als anderen haar muziek aanraden luistert ze het vrijwel altijd. Voor de rest vindt ze een mooie albumcover belangrijk. Die albums slaat ze op in haar Apple Music Library. Ook vindt ze het leuk om het privéleven van bandleden op social media te zien.

Als laatste is er een interview gehouden met een oudere vrouw van 52 jaar oud met als doel het afbakenen van de doelgroep. De muziek van Moeders Mooiste was eerst opgezet om het aan de oudere vrouw te laten horen. Dit is gedaan om te kijken wat ze ervan zou vinden ondanks dat ze buiten de doelgroep viel. Ze had vroeger altijd een cd met muziek op van band zoals Doe Maar, Het Goede Doel en Toontje Lager. Hierdoor zou het kunnen zijn dat ze mogelijk wel in de doelgroep viel. Haar mening over de muziek van Moeders Mooiste was grotendeels positief. Ze vond het lekker klinken en kon nog niet meezingen. Ze vergeleek het met Doe Maar. Daar kon ze bijvoorbeeld ook de eerste keer nog niet meezingen, maar vond het wel leuke muziek. Ze zou de muziek net als Doe Maar vaker opzetten om mee te kunnen zingen. Dit zou ze alleen kunnen doen als iemand haar zou meehelpen met het opzetten van de muziek.

Planning

De planning die opgezet is is te vinden in de bijlage van dit bestand. Er staat per sprint beschreven wat wanneer af is.



Bevestiging van overeenkomst

Voor akkoord en het in werk stellen van het project is een handtekening van beide partijen vereist. Hierdoor wordt deze overeenkomst als bindend verklaard voor 6 maanden.

Voor akkoord Pa's mooiste

Naam: _____

Datum: _____

Handtekening Pa's mooiste

Voor akkoord Moeders Mooiste

Naam: _____

Datum: _____

Handtekening Moeders Mooiste





Afspraken rondom communicatie

Wijze van contact met de opdrachtgever:

Via WhatsApp
Via e-mail
Eventueel telefoneren

Iedere 2 weken informatie delen en contact opnemen met de opdrachtgever is de richtlijn die gevolgd zal worden.

Contact met de opdrachtgever zal door de projectleider gelegd worden.

Contactinformatie van de Pa's mooiste:

Naam: Mark Hendriks
Telefoonnummer: +31 6 21993706
Email: mark.hendriks9999@gmail.com

Contactinformatie van de Moeders Mooiste:

Naam: Geert Oorschot
Telefoonnummer: +31 6
Email: geert_oorschot@msn.com



Afbakening en Juridische afspraken

Pa's mooiste is niet aansprakelijk voor mogelijk te kort doen van de branding.

Pa's mooiste is niet verantwoordelijk voor negatieve publiciteit rondom Moeders Mooiste.

Pa's mooiste is niet verantwoordelijk voor hosten van de website.

Pa's mooiste is niet verantwoordelijk voor imago schade.

Pa's mooiste onder voorbehoud van alle rechten deze zijn terug te vinden in de privacy disclaimer (Artikel 10 van het burgerlijk wetboek van privacy) en algemene voorwaarden.

Het gebruiken van eigendommen van Pa's mooiste waar niet voor betaald is zal juridisch worden vervolgd op grond van artikel: 10 van het burgerlijk wetboek van strafrecht.

Het verspreiden van onrechtmatig verkregen bestanden van Pa's mooiste zal worden bestraft met een boete van €10.000,- per document.

Peer assessments

(komt nog)

INDIVIDUELE BIJDRAGEN

Een tweetal voorbeelden van ieder groepslid tot nu toe.

NOËL HERWIG

Het uiteindelijke door ons gekozen logo van Moeders Mooiste en een alternatief.



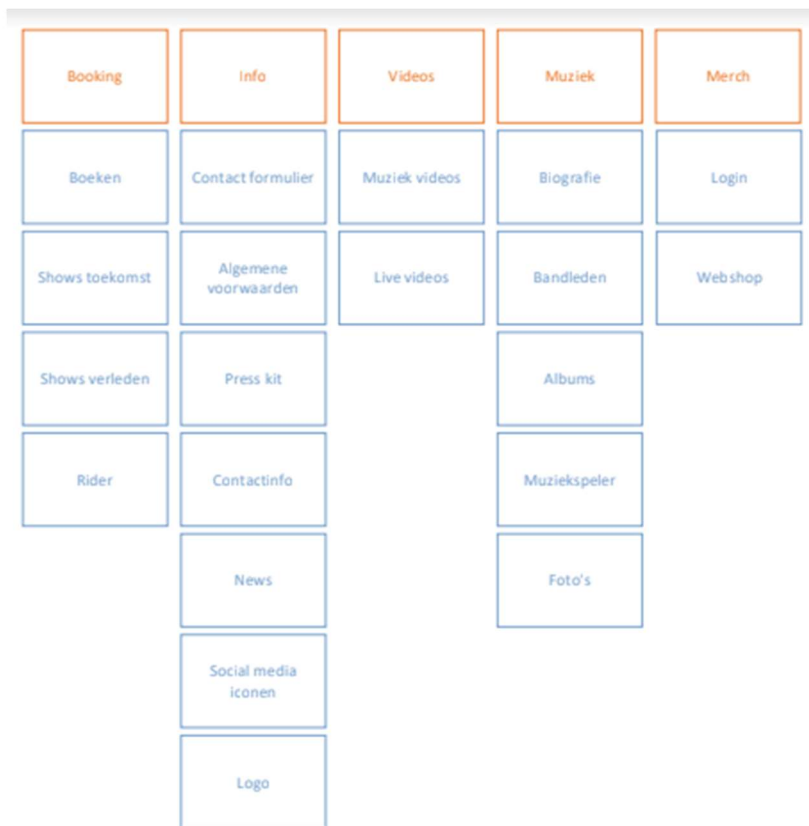
JUSTIN ZWOLLE

Het door ons verkozen woordmerk van Moeders Mooiste en nog een aantal test logo's.



MARK HENDRIKS

Card sorting van de website van Moeders Mooiste en nog een taakanalyse.



Taakanalyse

- Muziek kunnen luisteren
- Videoclips kunnen bekijken
- Kunnen zien wanneer de komende concerten zijn
- Biografie van de band kunnen lezen
- Band kunnen boeken
- Shows van het verleden kunnen inzien
- De rider openen als ze een boeking gemaakt hebben.
- Contact opnemen
- Algemene voorwaarden inzien
- Press kit inzien
- Contact informatie zien
- News zien
- Social media links bekijken
- Muziekvideo's bekijken
- Live video's bekijken
- Bandleden bekijken
- Albums bekijken
- Muziekspeler bekijken/beluisteren
- Foto's van de band bekijken
- Webshop bekijken

MAARTEN ZUURMAN

Een uitgebreide marktanalyse voor Moeders Mooiste en een storyboard.

Marktanalyse

Intro

Moeders mooiste is dus een band uit het genre Nederpop. Vergelijkbare bands en artiesten zijn:

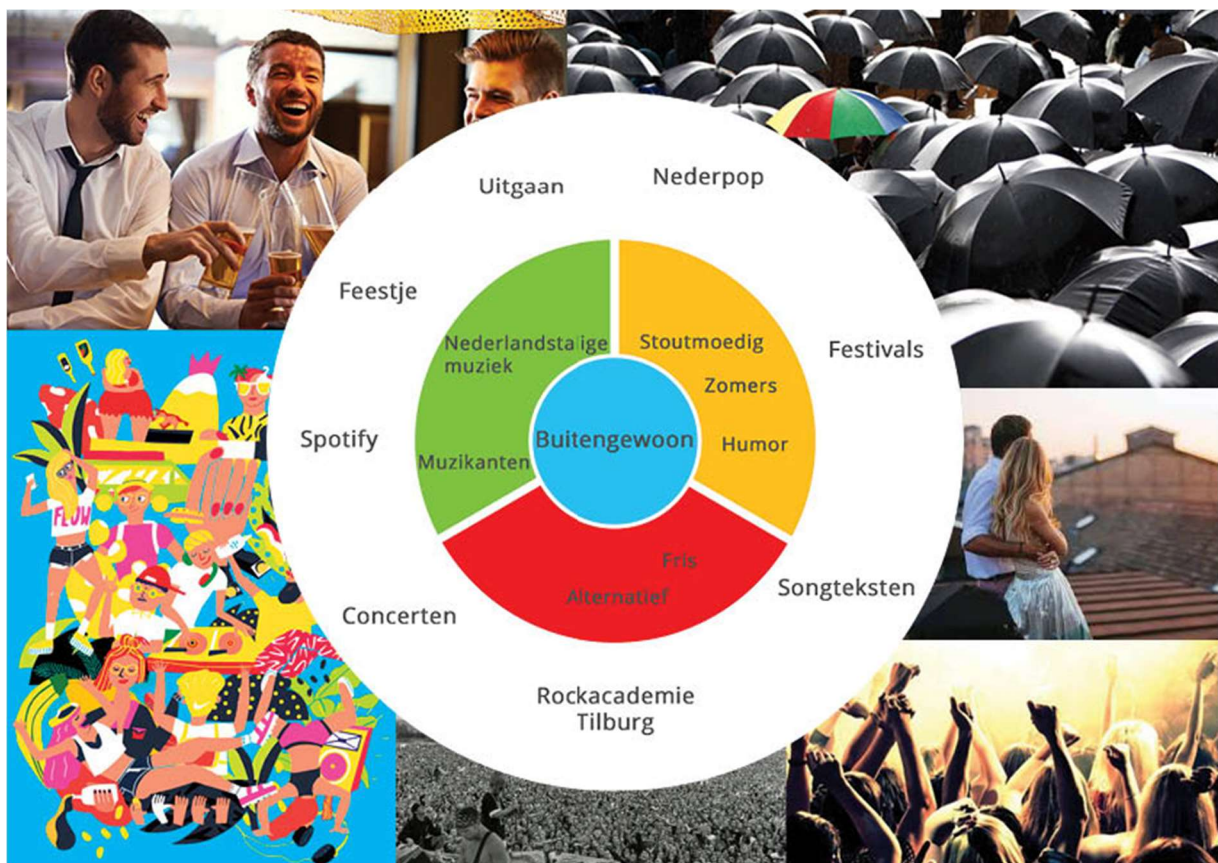
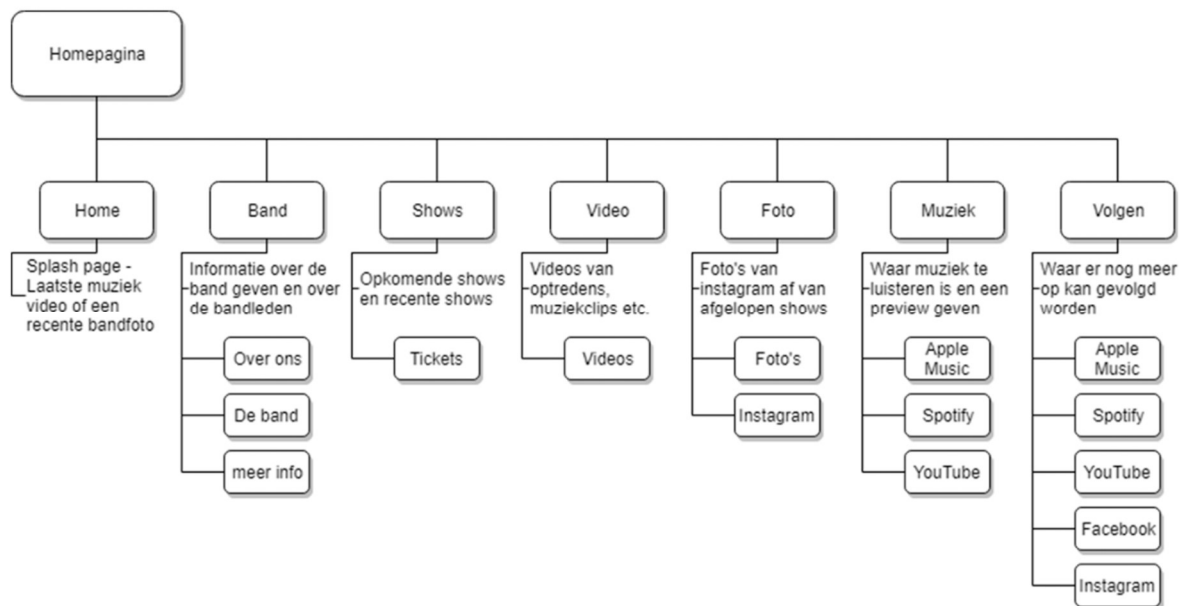
- Chef Special
- Jett Rebel
- Doe Maar
- De Staat

Het genre nederpop is een redelijk veel beluisterd genre. Vooral bands als doe maar zijn in hun tijd zeer populair geweest. De huidige markt voor Nederlandstalige muziek is niet erg groot. Volgens onderzoek op sevendays.nl is slechts 4,6% van de 100 meest gedraaide nummers op de radio Nederlandstalig. Het leeuwendeel van de Nederlandse muziekbranche wordt gevuld met Nederlandstalige rappers. Rappers als Boef halen wel 20 miljoen views op een Youtube clip. Verder is volksmuziek ook een groot deel. Events als De Toppers en Guus Meeuwis trekken erg veel bezoekers. Nederlandstalige rock, pop en funk echter trekken een stuk minder bezoekers. De muziek heeft zeker wel luisteraars, hieronder volgen een aantal persona's van een potentiële luisteraar van Moeders Mooiste.



MAX ALTENA

Een sitemap van de website van Moeders Mooiste en een moodboard.



DYLANO HARTMAN

Storyboard en een woordmerk van Moeders Mooiste.



**Moeders
Mooiste**