

Marketing Musicale

La parola **Marketing** deriva dalla parola "market" il mercato, che è il luogo dove si incontrano la domanda e l'offerta.

Il marketing sono gli strumenti e le strategie che utilizziamo per dare luce e far conoscere il nostro prodotto o servizio, al fine di vendere e soddisfare la domanda.

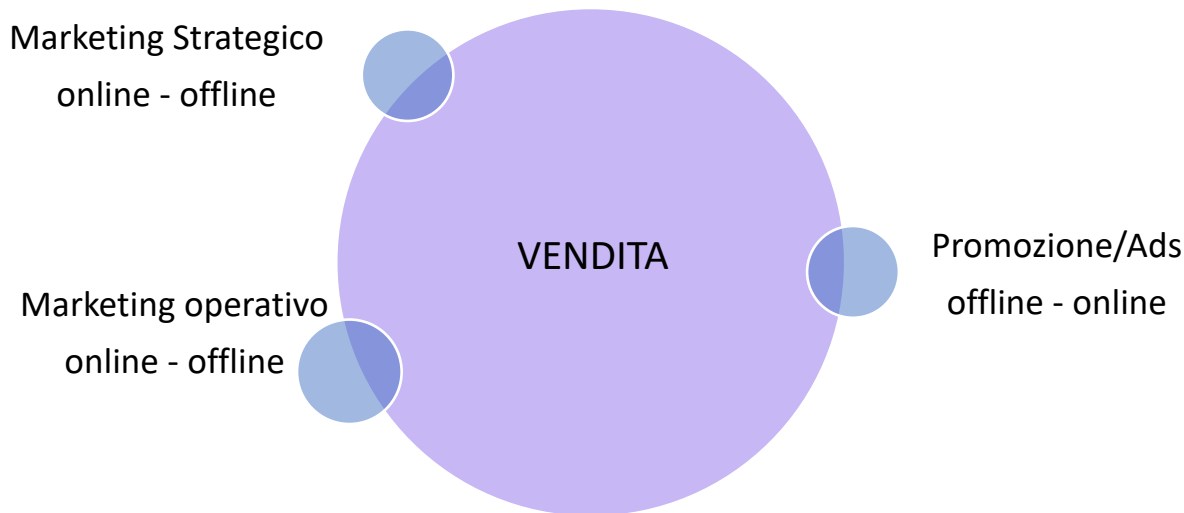
Quindi, per vendere, bisogna avere un prodotto e/o servizio da offrire al mercato. Possiamo dire che il marketing è sempre finalizzato alla vendita di un prodotto/servizio attraverso la pubblicità a pagamento, le Advertising + creazione di contenuti.

Questo vuol dire, in termini musicali, che se vengono caricati brani sugli store digitali e youtube senza una strategia mirata, non offrite nessun servizio e, di conseguenza, non avrete un guadagno.

La strategia è tutto e deve essere chiara, perché se la tua strategia non è chiara nella tua testa tu non venderai mai!

Quindi la strategia è importantissima, anche meglio conosciuto come Marketing Strategico.

Ecco di seguito un grafico semplice per capire a cosa è legata la VENDITA:



Marketing operativo è molto importante per implementare l'organico attraverso la creazione di contenuti, che siano di valore al fine di trasmettere un messaggio.

Il modo migliore per creare organico è l'utilizzo dei social e dei canali che abbiamo a disposizione, ma avere dei social e creare contenuti senza valore, senza una direzione e una comunicazione non porta al risultato che vuoi ottenere.

La comunicazione va sempre direzionata e per farlo non devi pensare a quello che vorresti tu, ma trovare la formula vincente per far percepire il messaggio che vuoi comunicare al tuo potenziale follower. In parole povere, cosa vuole il tuo spettatore? Lavora su questo creando contenuti e cercando di diversificare la tua comunicazione rispetto a chi offre un servizio simile al tuo.

Quindi è importante:

1. Avere una strategia
2. Una Comunicazione chiara
3. Contenuti di valore

Come creare una strategia?

Per fare una buona strategia dobbiamo conoscere in primis bene noi stessi (consapevolezza dei valori, dei nostri potenziali e dei nostri limiti) il nostro prodotto o servizio e il nostro target a chi ci rivolgiamo?

L'errore che la maggior parte fa, crede nella formula magica e soprattutto tutti sono alla ricerca della strategia perfetta, non esiste, esiste solo la tua strategia, è quindi non devi cercare fuori ma devi trovarla, dentro di te.

Come?

Ti devi conoscere e questo richiede un enorme sforzo, e soprattutto devi avere una grande onestà intellettuale, sul tuo progetto, ma allo stesso tempo devi riconoscere il valore di te stesso e del contributo che puoi offrire agli altri (mercato), del tuo prodotto e servizio e della tua strategia.

La Mission e la Vision sono le base del Marketing.

Devi avere chiara la direzione ed i passi giusti da fare, che include il target di riferimento a cui ti rivolgi e anche a quello a cui non vuoi comunicare.

La Mission è la leva motivazionale che ti spinge ad agire, perché lo fai?

La Vision è la direzione mirata di quello che vuoi raggiungere, è la cosa più importante ed è ciò che ti rende ricco, perché sai perfettamente dove stai andando, e quanto manca al traguardo.

A questo punto vediamo come si definisce una visione attraverso obiettivi:

- Obiettivi a breve
- Obiettivi a Medio
- Obiettivi a Lungo termine

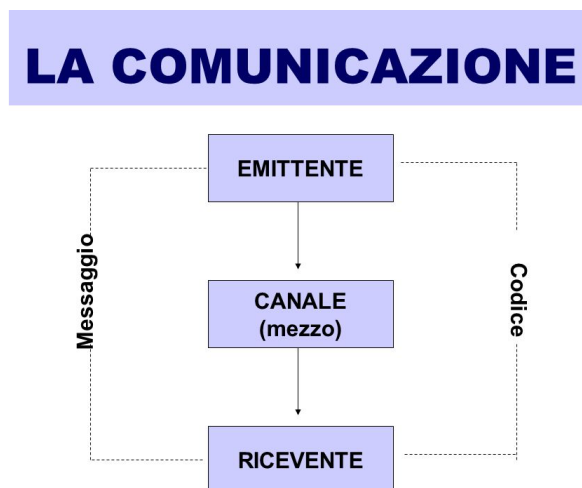
Ovvero stabilisci delle scadenze da rispettare per raggiungere il tuo obiettivo finale che è determinato dalla tua vision.

La Vision è come un muro orizzontale, non lo vedi ma lo vedrai solo con il tempo.

Concentrati sull'obiettivo e mai sul risultato, l'errore principale delle persone è che si concentrano solo sul risultato. Non concentrarti sul risultato perché ti potrebbe deviare e compromettere l'autostima, tanto da portarti a rinunciare e quindi a fallire, abbandonando il progetto.

SENZA UNA STRATEGIA, UN PROGETTO PER OBIETTIVI A BREVE, MEDIO E LUNGO TERMINE SEI DESTINATO AL FALLIMENTO.

Comunicazione



Attenzione, la comunicazione va sempre direzionata. Ciò significa che la comunicazione sta nel risultato che otteniamo e non nelle intenzioni di chi comunica, concentrati a far percepire il messaggio che vuoi comunicare al tuo spettatore in maniera semplice, chiara e diretta.

Devi fare capire in poco tempo chi sei, cosa fai e a chi ti rivolgi. Perché le persone ti dovrebbero seguire o acquistare da te?

Il Modo migliore per creare contenuti di valore è creare contenuti formativi, ciò significa creare dei contenuti che aiutino veramente le persone in maniera gratuita, al fine che questa ti conosca e si possa indentificare in te, nel tuo messaggio e, soprattutto, nel tuo servizio/prodotto aumentando le tue possibilità di vendita.

Canali di comunicazione:

- Sito internet: avere un sito o una leading page è materiale di vendita, serve per farti trovare su google. È molto importante perché ti dà credibilità, sia agli occhi di chi ti segue, sia che tu voglia cercare delle collaborazioni.
- Scrivere degli articoli/ blog, consiglio di scrivere 10 articoli sulle tematiche che tratti.
- Media, (Giornali, Riviste, Radio, Tv)
- Social Network

Social Network

Per capire cosa sono i social network, prova ad immaginarti un grande centro commerciale, con tantissime vetrine.

Ricorda che lo scopo dei social è quello di tenere lo spettatore il più tempo possibile all'interno del tuo canale/pagina cosicché l'algoritmo stesso del social spingerà per darti maggiore visibilità.

La tua vetrina deve essere bella, pulita ed attraente con lo scopo di catturare l'attenzione di chi la guarda, invitandolo ad entrare ed a rimanere per conoscere tutto di te e del tuo servizio/prodotto.

Ma cosa differenzia, per esempio, facebook da instagram e tiktok?

Il Fine di **Facebook** è la condivisione delle pagine come vetrine, il suo modo di comunicare è principalmente attraverso la parte testuale.

Instagram è, invece, basato sull'aspetto visivo e grafico. È un'enorme vetrina interattiva dove un video/reel/foto cattura l'attenzione e porta lo spettatore ad identificarsi.

Instagram è il socialnetwork più in voga del momento, ma perché funzioni è necessario che impari ad utilizzarlo. Come detto in precedenza, devi attuare una strategia e devi sapere bene a chi ti stai rivolgendo (il target).

È importante parlare al singolare, rivolgendoti a una persona dandole del TU.

Questo ti permetterà di far percepire maggiore valore da parte dello spettatore, mettendolo al centro della tua attenzione.



Ricorda: se non hai altre strutture per vendere, instagram/facebook e qualsiasi altro social, sono inutili. I social sono un mezzo, NON UN FINE.

Il modo migliore per fare crescere i numeri su instagram è uscire e pubblicare ciò che fai al di fuori, instagram deve essere una vetrina delle cose che fai all'esterno.

Instagram è dove tu dai valore in maniera gratuita alle persone, è il luogo dove tu servi gli altri e non viceversa.

Lavorare nel mondo online, richiede lo stesso studio e sforzo del lavoro offline. Comprendi quindi che creare un piano editoriale, dei contenuti personali e personalizzati nel mondo online, ti permette di raggiungere un pubblico molto più vasto dandoti molte più possibilità ed opportunità.

Tiktok ha una copertura organica maggiore perché è un social più recente e ti permette di avere molta più visibilità anche senza sponsorizzare. Per la musica è molto importante perché la finalità di Tiktok è quella di far divertire ed intrattenere lo spettatore attraverso video di 15/60 secondi che, come per instagram, hanno una scadenza temporale. Potrai dare libero sfogo alla tua creatività per comunicare il tuo messaggio, mettendoci la faccia o attraverso delle Challenge/sfide.

Su questo canale consiglio di mettere poche scritte e pochi hashtag#

Come iniziare con il mondo social

Interazione è la parola chiave.

Devi iniziare pensando alla tematica di cui vuoi parlare e di cosa ti sta più a cuore.

Dai valore a ciò che comunichi ed impegnati affinché il tuo spettatore ti segua costantemente perché verrai premiato dall'algoritmo dei social.

Devi essere aggiornato sulla situazione socio/politica ed il trend del momento (Attualità sul mondo social)

Story Telling devi raccontare una storia, meglio se racconti la TUA perché le persone si affezionano alle storie delle persone.

Devi dedicarti in maniera continua per 90 giorni, bastano 90 giorni per raggiungere il risultato sperato, per vincere sui social ci vuole costanza e determinazione.

Crea un contenuto al giorno e 7 Stories per 90 Giorni.

Cosa deve avere un contenuto di valore?

- Emozione
- Intrattenimento
- Educazione/Formazione

Non per forza deve avere tutte e tre le cose contemporaneamente, ma se riesci a creare un contenuto che abbia tutte le caratteristiche contemporaneamente, hai vinto!!!

I contenuti possono essere

- Video Lunghi – IGTV
- Video corti – Stories 15 secondi - Reels (video della durata di 30 secondi)
- Post testuali
- Foto
- Grafiche
- Carosello di Foto (3 foto attaccate all'interno di un unico post)
- Video Ufficiali: 60 secondi all'interno del Feed di Instagram.
- Video You Tube: superiori di 10 minuti per YOU TUBE

Ti ricordo che per Instagram e Tiktok i video devono essere in verticale, mentre per YouTube in orizzontale

Obiettivo

1. Dare Valore e tenere più possibile i tuoi potenziali clienti sul tuo contenuto.
2. Creare contenuti interessante per essere premiati dall'algoritmo.
3. Avere più visibilità per portarti ad avere più possibilità di vendita.
4. Avere una strategia per raggiungere il tuo obiettivo, incluso imparare a scrivere per comunicare al meglio il tuo messaggio (per scrivere bene devi leggere molto).
5. Devi imparare a fare le foto e video di buona qualità grazie all'utilizzo della luce, comunicazione visiva.
6. Avere un piano editoriale: fare una pianificazione di tutti i contenuti che vuoi pubblicare con delle date specifiche e con delle scadenze, ricordati le festività.

N.B. Ad Instagram non piacciono i contenuti scuri, ma predilige quelli colorati con tanta luce e tanto spazio (se devi fotografare tanti elementi, accertati che siano separati tra loro, per creare dinamicità).

COME FARE LE STORIES

Vediamo prima di tutto come deve essere una storia:

- Inaspettate e catturare l'attenzione colmando la curiosità di chi le vede
- Emozionanti: parlare con il cuore
- Attuali: legate ad una realtà
- Semplici e chiare
- Narrative: raccontare una storia

Analizziamo cos'è una Storia e come crearla

È il backstage di quello che tu fai ed ha la durata di 15/60 secondi e rimane online 24h dalla pubblicazione.

Racconta una o più storie, la gente ama leggere/ ascoltare/capire, devi portare la tua storia e/o la tua esperienza come un valore aggiunto per chi ti segue.

Cerca di utilizzare le stories come un dialogo con i tuoi spettatori, sfrutta tutti gli strumenti che hai a disposizione (musica, stickers, sondaggi, gif, domande, countdown, quiz ecc) per creare dinamicità ed interesse.

Analizza e cerca di capire quello che funziona e quello che non funziona, solo studiando le cose potrai ottenere risultato.

Orari e giorni di pubblicazioni (solitamente per la musica):

Dal lunedì a venerdì - dalle 12.30 alle 14.00/dalle 18.00 alle 20.00

Analizza, però, i tuoi dati statistici. Gli utenti si muovono in base al clima, a quello che sta succedendo nel mondo ed alla loro quotidianità, ma anche in base agli orari.

Incrocia sempre il post con le storie, quando fai un post, fai sempre una storia che si colleghi a Facebook.

80% delle persone vede le storie in mute, senza musica quindi è consigliato mettere dei sottotitoli.

Un aspetto importante da considerare è che devi targhetizzare il tuo profilo attraverso i tuoi interessi; le pagine che vai a vedere o seguire dovranno essere in target con ciò che vuoi comunicare e dovranno rispecchiare gli interessi del tuo prospect. Infatti, non a caso, l'audience del profilo è importantissima, specialmente quando dovrai sponsorizzare.

Utilizza gli hashtag#, parole chiave che servono ad instagram, per aiutarti a raggiungere lo spettatore in linea con il tuo target. Scegli accuratamente l'hashtag# da utilizzare perché alcuni di essi sono bannati (sono ovviamente quelli legati a violenza, sesso ecc) e diversifica le parole chiave



per avere più visibilità. Non usare sempre gli stessi hashtag# perché instagram potrebbe leggerli come spam e non darti visibilità. Se utilizzi una frase che ti identifica, non metterla sempre ma alternala nei vari post/stories che pubblichi.

Consiglio di mettere sempre la geolocalizzazione generale (provincia o paese) in cui ti trovi nei post, più specifica nelle stories taggando anche il locale o le persone in tua compagnia.

Come parlare in video?

Premessa: non puoi pensare di crescere nel modo social senza metterci la faccia. Le persone vogliono legare un volto al servizio/prodotto che offri. Se non te la senti di farlo in prima persona, trova un testimonial.

Analizziamo come deve essere il video: frontale o posteriore.

Non parlare mai in movimento, distoglie l'attenzione dello spettatore e non percepisce il valore che tu gli vuoi dare in quel momento. Un bel video deve essere accogliente in termini visivi e di contenuti.

Ricordati che il video allarga ed amplifica tutto, ciò significa che le persone non sanno leggere il volto, ma tutto ciò che dici e fai trasmette l'emozione trasferendola allo spettatore. Deve esserci un filo conduttore tra ciò che dici e ciò che pensi per essere credibile ed arrivare alle persone. Lo spettatore si accorge se non sei autentico e credibile, perciò ti consiglio di non fare video se sei in una situazione di stress.

Guarda in camera, al centro dell'obiettivo (il tondino nero) e sorridi aprendo la bocca per acquisire più aria così da avere un tono più rilassato ed aperto.

Non devi essere perfetto ma autentico, non ti snaturare. Il modo migliore per imparare ad esserlo, registrati ed osservati nel video con approccio critico, cerca di capire se la tua comunicazione è efficace. Ti consiglio di guardarti sia con l'audio sia senza per capire se il tuo viso accompagna le parole (puoi fare questa cosa anche nei video che segui per capire la mimica facciale).

Usa un tono vivace, ma non parlare troppo veloce ed evita di mangiarti le parole. Tutto ciò che passa da te e pubblichi racconta chi sei.

RICETTA:

- posto tranquillo senza rumori di sottofondo
- buon volume
- buona luce
- buon tono di voce
- bel sorriso



Se non hai queste caratteristiche perché dovrebbero seguirti? Mettiti sempre nei panni di chi guarda.

Quando parli in un video, esprimi al singolare e non dare mai per scontato i tuoi contenuti precedenti, potrebbe essere il primo video che lo spettatore guarda. Metti sempre al centro lo spettatore e non il tuo ego.

Le persone vengono sul tuo profilo per ricevere informazioni e sentire parlare te e nessun altro. È importante, quindi, rispondere ad ogni singolo commento per valorizzare lo spettatore che continuerà a seguirti. In caso di commenti negativi: al primo commento negativo cancellalo dal tuo post/storia, al secondo cancella il commento e blocca la persona. Non sentirti in colpa perché il tuo profilo deve essere un posto sereno e positivo, dove le persone possono stare bene. Tenere commenti negativi "sporcano" il tuo profilo e la tua persona.

Infine, consiglio di seguire persone, competitor, collaboratori e personalità a cui ti ispiri per trarne spunto.

Ricorda, il tuo profilo è una vetrina e deve essere bella, pulita ed attraente.

Buon lavoro
Alessandro