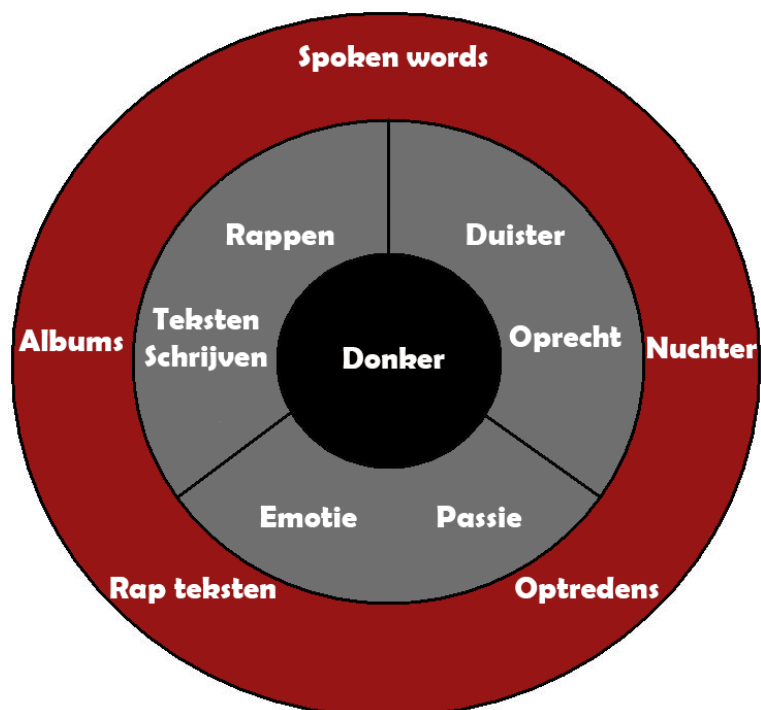


# Strategy - Brand-, Market- and Competitive Analysis

Moodboard:



Marktemplate:



Eigen onderzoek:

## **MARKET ANALYSIS**

### **what does the industry look like nowadays?**

Er zijn op het moment heel veel muziek services zoals: Spotify, Youtube, Deezer etc... Deze platvormen worden door bijna iedereen gebruikt om muziek te luisteren tegenwoordig. CDs worden nauwelijks tot nooit meer gebruikt. De meeste mensen streamen nu hun muziek. Er gaan tegenwoordig wel nog veel mensen naar festivals or concerten van artiesten omdat je dan die muziek live kan horen. Het concert moet echter wel apart zijn en iets extra's hebben, je kan tegenwoordig niet meer alleen liedjes zingen tijdens je concert. Er moet een echte gemaakt van worden.

### **Specifically what does the domain or genre of your musician look like?**

De genre van onze artiest is Hip-Hop. Tegenwoordig worden de meeste opkomende artiesten in deze genre bekend door hun muziek op Soundcloud of YouTube te posten. Een van de redende hiervoor is dat beide platvormen gratis in gebruik zijn.

### **How do musicians get their songs on the radio or in Spotify?**

In Nederland zijn er ongeveer 290 lokale omroepen. Stel je voor dat al deze radiostations jouw muziek draaien en dat je telefonisch interviews kunt geven, langs kunt gaan om live te spelen en meer van dat soort leuke dingen. Stel een mooi, kort en bondig mailtje op. Leg uit wie je bent, waarom je gedraaid wil worden (bijv. promotie voor een optreden), plaats een link naar de track in de mail zodat de Dj de song kan downloaden en plaats een link naar je band site met optreedt agenda.

### **What does it take to get a trending music video on YouTube, how do you get booked for a festival.**

Om geboekt te worden voor een festival is het belangrijk om eerst je doelgroep te vinden. Stuur wat "samples" van je muziek op naar het bestuur van het festival. Zorg dat je veel volgers hebt op Social media. Dit maakt je een stuk interessanter voor festivals om je te laten optreden.

## **BRAND ANALYSIS**

### **In what state is your brand?**

Qube is een opkomende rapper. Hij heeft nog geen duidelijk beeld over zijn "image" als artiest. Op het moment heeft hij nog niet heel veel followers op social media en hij doet er te weinig mee. Hij heeft wel al een aantal keer op het podium gestaan voor optredens. Zijn hoogtepunt was zijn optreden bij "concert at sea". Hij heeft al een keer een interview gehad op de radio bij omroep Zeeland.

### **Who listens to your musician, who follows him or her on social media.**

Op het moment heeft Qube weinig luisteraars. Hij heeft op Spotify deze maand maar 37 luisteraars gehad. Op Social Media zijn het vooral vrienden/familie die hem volgen. Hij heeft nog niet een echte fanbase opgebouwd.

### **what are his or her core values, goals?**

Qube hekelt zichzelf aan collega's die het alleen maar hebben over 'bitches' en geld verdienen. Qube wil met zijn muziek een echte boodschap overbrengen. Hij wilt muziek voor elke stemming maken. Een van zijn grootste "goals" is om later samen met Fresku in samenwerkingsverband een nummer te maken.

### **What makes your musician unique? What are the USP's?**

Wat Qube uniek maakt is dat hij niet alleen over 'bitches en geld' rapt. Maar dat zijn teksten diepgaand zijn en een achterliggende gedachten hebben.

## COMPETITION ANALYSIS

**Who's your competition? Ask yourself; if, for example, the Effenaar has a show for which they want to book your musician, who would be your competitors.**

Een van Qube zijn grootste concurrent is de rapper en inspirator Typhoon. Typhoon rapt maar hij maakt ook spoken word.

**What is their strategy? A competition analysis helps you to identify opportunities and threats.**

Typhoon neemt alle boekingen aan omdat hij het zoals hij zelf zegt voor de “lobi” (liefde) doet. Zo heeft hij op zijn website staan: *“Bij alles wat hij doet, zet Typhoon de lobi voorop. Met liefde speelt hij een groot festival plat, maar met net zoveel liefde raakt hij het publiek met zijn teksten in het buurthuis van een klein dorpje.”* Op social media post Typhoon vooral foto's met andere artiesten. Hij post “teasers” over zijn nieuwe projecten. Typhoon houdt bij alles wat hij doet zijn eigen stijl aan. Typhoon zet zijn muziek op Spotify en Youtube. In het tiende televisieseizoen van *De wereld draait door* was hij maandelijks te zien als *DWDD's* huisband. Op het moment treedt Typhoon vooral op in openluchttheaters. Typhoon verkoopt zijn albums nog steeds CDs. En zijn gehele albums staan op iTunes en Spotify.

Final analysis: