

ROBIN  
VAN  
ZANDT

CONTENTSTRATEGIE



# INHOUD

DOEL	3
DOELGROEP	4
PERSONA	5
CUSTOMER JOURNEY	6
BOODSCHAP	7
MEDIA-INZET	8
PLANNING	9



# DOEL

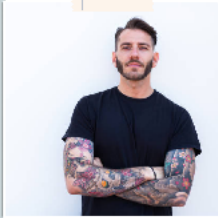
Wij willen het merk “Robin van Zandt” helpen om meer bekendheid te krijgen en hierdoor ook meer streams te ontvangen op toekomstige releases. Dit willen wij bereiken door meer aanwezigheid te creëren op sociale media en daaruit een publiek aan countryliefhebbers te inspireren en te raken. Hierdoor worden zijn nummers vaker geluisterd en ook vaker gedeeld wat resulteert in meer bekendheid. Ons doel is om down-to-earth en gedenkwaardig te zijn, met een focus op country- en countryfolk-muziek die de ziel beroert.



# DOELGROEP

Onze doelgroep bestaat uit jongvolwassen mannen en vrouwen van diverse ethniciteiten, in de leeftijd van 20 tot 30 jaar, zonder relevantie voor opleidingsniveau of burgerlijke staat. Ons hoofddoel is om artiest te worden en inkomsten te genereren met onze muziek, die diepgaande verhalen deelt die voortkomen uit onze wereldwijde ervaringen en ons unieke perspectief als niet-Nederlandse geboorten. We definiëren onze muziekstijl in drie woorden: intiem, verhaalvertellend poëtisch. Onze ambitie strekt zich uit van een nationaal begin tot het aanspreken van een wereldwijd publiek. Ons doel is om down-to-earth en gedenkwaardig te zijn, met een focus op country- en countryfolk-muziek die de ziel beroert.

# PERSONA



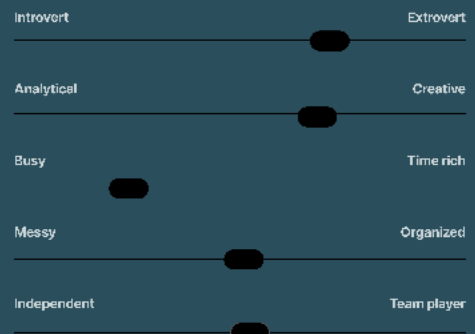
## Niels

- Leeftijd: 30
- Geslacht: Man
- Woonplaats: Tilburg
- Gezinsituatie: Getrouwd, 2 kinderen
- Bezigheid: Business, reizen
- Werk: Barbier
- Socials: Instagram, Youtube, Spotify

### Bio

Ik werk namelijk als barber en vind dat een van de leukste dingen om te doen. In de zaak zette ik altijd Country muziek op dat gaf mij wat rust tijdens mijn werk. Vroeger was ik helemaal geen fan van country maar mijn vrienden wel. Ik hoorde op een dag een nummer met diepgaande teksten. Ik deed wat onderzoek wie het was en zag dat diegene moest optreden in de buurt. Naarmate ben ik naar zijn optreden geweest en zet ik vaak zijn muziek op in de barbershop. Hierdoor krijg ik wat meer rust en heb ik ondertussen ook diepgaande gesprekken met mijn klanten.

### Personality



### Goals

Een rustigere werksfeer creëren voor zichzelf

Wat meer afstand nemen van drukke work

Klanten inspireren met eigen ervaringen

### Frustrations

Heel erg druk op werk

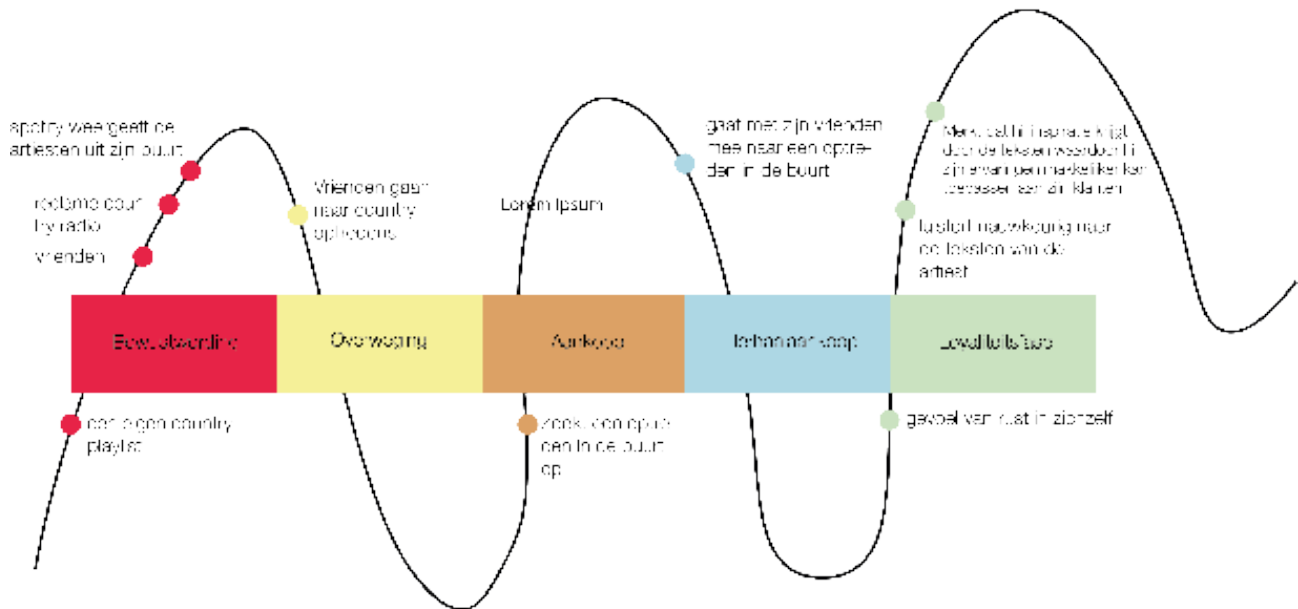
Kan geen inspiratie vinden met wat hij zelf heeft ervaren

Geen goede werknemer waardoor hij veel werkdruk heeft

### Merken



# CUSTOMER JOURNEY





# BOODSCHAP

De boodschap die Robin wilt overbrengen aan zijn publiek is: “Sommigen zullen misschien niet weten hoe het is, maar ik hoop dat anderen zich zullen vinden in de teksten die ik schrijf”. Dit is iets wat Robin zelf heeft geschreven en gepubliceerd heeft. Hij hoopt dat hij mensen kan helpen met zijn teksten door te laten merken dat niemand alleen is in de wereld en er altijd mensen zijn met dezelfde soort complicaties. Mensen zichzelf laten herkennen in je teksten creëer je door jezelf open te stellen, vandaar de slogan: “Embrace yourself and tell your story”.



# MEDIA-INZET

We gebruiken platforms zoals TikTok en Instagram om ons verhaal en onze muziek te delen, en hechten meer belang aan de betekenis achter onze teksten dan aan onze stemgeluiden. Inspiratie putten we uit artiesten zoals Zack Bryan, Bob Dylan, Leonard Cohen, Jeff Buckley en Bailey Zimmerman. Momenteel leggen we de nadruk op het verfijnen van onze live-optredens en het versterken van onze stem om een diepere connectie met ons publiek te creëren.



# PLANNING

## **Maand 1: Basis opbouwen en betrokkenheid vergroten**

### **Week 1: Introductie en doelgroep**

- Dag 1: Welkomstbericht en aankondiging van de artiest.
- Dag 2: Korte biografie van de artiest.
- Dag 3: Foto van de artiest met een beschrijving van zijn passie voor countrymuziek.
- Dag 4: Verwijzing naar inspirerende countrymuzieknummers.
- Dag 5: Foto van de artiest met een persoonlijke boodschap aan de fans.
- Dag 6: Muzieksmaak van de artiest (andere artiesten en nummers die hij/zij bewondert).

### **Week 2: Achter de schermen**

- Dag 1: Achter-de-schermen beelden van een repetitie.
- Dag 2: Een kort interview met de artiest over zijn/haar muzikale invloeden.
- Dag 3: Deel een foto van de artiest met zijn/haar instrument.
- Dag 4: Een kijkje in de opnamestudio.
- Dag 5: Foto's van de artiest die aan nieuwe muziek werkt.
- Dag 6: Een grappige anekdote uit het muzikantenleven.

### **Week 3: Fan Interactie**

- Dag 1: Stel een vraag aan de volgers om hun favoriete countrymuziekherinnering te delen.
- Dag 2: Plaats een poll met twee van je eigen nummers en vraag welke de fans verkiezen.
- Dag 3: Deel fan-generated content, zoals covers van je nummers.
- Dag 4: Bedank de fans voor hun steun en betrokkenheid.
- Dag 5: Beantwoord enkele vragen die fans hebben gesteld.
- Dag 6: Deel een compilatie van reacties en opmerkingen van fans.



## **Week 4: Vooruitblik op komende maanden**

- Dag 1: Teaser van een aanstaande single of albumrelease.
- Dag 2: kondig een live-optreden of evenement aan.
- Dag 3: Deel een persoonlijk verhaal over je muzikale reis.
- Dag 4: Achter-de-schermen blik op het maken van een videoclip (indien van toepassing).
- Dag 5: Moedig fans aan om je te volgen op andere sociale media platforms.
- Dag 6: Plaats een overzicht van je doelen voor de komende maanden.

## **Maand 2-6: Reguliere Content en Promotie**

Herhaal de structuur van maand 1 gedurende de volgende maanden, met een focus op het delen van nieuwe muziek, optredens, persoonlijke verhalen en interactie met fans. Houd de content fris en relevant, en plan promotieactiviteiten rond single- en albumreleases en live-optredens.