

Management on-line: nuovi modelli e strategie del mercato musicale

OBIETTIVO:

Booking e management per band emergenti

COME:

attraverso un sito internet e/o agenzia on-line

- Scouting on-line (MySpace, blog, forum) e off-line
- collaborazione con piccole etichette on-line e off-line che hanno interesse a promuovere i propri artisti a basso costo

COSA:

- Web Radio
- Spazio on-line creato ad hoc in cui artisti emergenti ed etichette e/o addetti al settore possono trovare un punto d'incontro → attività di mediazione
- Possibilità di organizzare show cases e feste private
- Viral e Street Marketing

BUSINESS:

1 contratto di management tra l'agenzia e l'artista

2 contratto tra l'agenzia e le etichette per la promozione degli artisti sotto contratto con l'etichetta stessa

3 introiti pubblicitari da parte delle aziende che hanno intenzione di avere visibilità sullo spazio on-line (es. banner)

4 creazione periodica di piccoli eventi e serate musicali in location a tema in cui artisti emergenti e/o sotto contratto con le etichette "affiliate", si esibiscono di fronte ad un pubblico precedentemente fidelizzato attraverso lo street promotion. Possibilità di far ascoltare pezzi inediti, di vendere merchandising e cd.

5 organizzazione feste e party on demand in cui è il cliente a scegliere, tra la rosa delle proposte, tema e gruppi.

PROJECT WORK PLAN

- Business Plan
- Posizionamento sul mercato
 - Analisi Swot
 - Mappe di posizionamento sul mercato
- Piano Marketing → *budget plan*