

7 cose che non ti diranno mai del Business Musicale - Zampa - lascia la tua impronta

Scritto da Valerija Brkljac

Martedì 25 Agosto 2015 17:50

7 cose che non ti diranno mai del Business Musicale Lo sguardo sul mondo dell'Industria Musicale e del Business Musicale dal punto di vista dell'artista.</p> <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: left;">Sei un giovane musicista che sta per finire la scuola di musica o magari sei autodidatta, non importa. Ci sono le cose che nessuno ti dirà dell'Industria Musicale quando decidi di intraprendere la carriera professionale e vivere di musica.

Musica come business non è solo cantare, suonare, registrare in studio, fare concerti, girare il video o andare in tour. Questa è solo una parte che ti riguarda direttamente, mentre ci sono molte altre, che i musicisti spesso tendono a trascurare, sbrigandole come secondarie.
Solo con l'esperienza, e nel tempo, scoprirai che il Business Musicale riserva molte sorprese.

</p> <h2>1. La Gavetta - Ti rifiuteranno molto spesso</h2> <p style="text-align: left;">
Nonostante farai tanti contatti, chiamate, invierai tante mail, non arriverai con facilità alle radio, o agli eventi dove suonare, e nemmeno trovare la discografica interessata o un produttore che investa nel tuo talento. Dopo i primi passi tutto ti sembra ancora come un sogno, però difficile da realizzare. Il CD che ha inviato a diverse radio è finito in qualche scatola, sotto il tavolo del giornalista di turno. Hai chiamato più volte e ti hanno detto che sarai chiamato presto. Hai fatto tanta fatica, ma hai ottenuto tanti rifiuti. Non ti preoccupare. Benvenuto nell'Industria Musicale.
In questa industria molte cose non saranno sotto il tuo controllo. Non manderanno in onda il tuo brano, ma puoi sempre cambiare la strategia e tentare un diverso approccio. Se una stazione radio ti rifiuta, devi provare con un'altra. Ci vorrà del tempo, e questa è solo una delle voci di cui hai sentito parlare come la Gavetta.

</p> <h2>2. Il Tempo - Serve per costruire la carriera che conta</h2> <p style="text-align: left;">
Facendo il giro delle stazioni radio, hai notato che ci sono dei brani che girano più degli altri. Piacciono al pubblico o sono in promozione? Per capirlo, inizi ad analizzare perché sono popolari. Hai già notato che ci sono alcuni generi musicali che vanno di più, perché hanno un pubblico maggiore. Se tu invece hai il talento e non fai un genere tanto popolare, ti rendi conto che sarà molto più difficile arrivare ad un pubblico ristretto. A pensarci bene, questo non dovrebbe essere un problema insuperabile, anche se ti rendi conto che questo può influenzare la tua carriera. E magari decidi di partire dagli eventi grossi. Contatti diversi posti dove si esibiscono gli artisti e trovi che entrarci nel giro importante è molto difficile. O sono i giri creati dagli amici che spingono i loro artisti paganti o sono finanziati dalle discografiche, che senza troppi impegni mettono in prova qualche talento.
A questo punto vai sul sicuro. Per poter guadagnare i soldi con i quali finanziare la registrazione del tuo primo brano, decidi di rivolgerti ai gestori dei bar che offrono la musica dal vivo. C'è per anche qui un problema. Scopri presto che i gestori dei bar alla gente sconosciuta chiede di portare gli ospiti che consumano, altrimenti niente paga. Anche se ti adoperi a portare gli amici e conoscenti, questa soluzione non è duratura, perché le persone di solito hanno già altri impegni.

</p> <h2>3. Il Budget - Pianifica</h2> <p style="text-align: left;">
Alla fine hai suonato, ma non ti hanno pagato. Magari c'era poca gente. In compenso hai mangiato, oppure solo bevuto. Nella migliore delle ipotesi hai preso pochi euro, che ti fanno scoprire che la carriera del musicista è un lavoro molto faticoso da costruire. Quei pochi euro guadagnati di certo non bastano per registrare, fare la grafica della cover, il marketing e tutta una serie di voci che compongono ciò che si chiama il budget. Quelli pochi euro che hai ricevuto sono finiti per la benzina. Giusto per tornare a casa di notte.
Allora, decidi di affrontare il tema con la maggiore serietà. Costruire una carriera significa costruire il Business, il

che richiede una Pianificazione diversa. Devi trovare un lavoro fisso, per poter risparmiare i soldi, che userai per pagare le spese per la registrazione del tuo primo brano, il che sarà il tuo Primo Step.

Ti rendi conto che ci vorrà del tempo anche solo per entrare nella carriera musicale, figuriamoci guadagnare dalla musica, entrando così ufficialmente in ciò che si chiama l'Industria Musicale.

</p><h2>4. La Discografica - indipendente</h2><p style="text-align: left;">
A questo punto inizi a pensare che non sarebbe male cercare una discografica. Oggi ci sono diverse label indipendenti. Non solo le label grandi, note come le Major, dove oggi per entrare devi esibire una nutrita schiera dei fan. Decidi di partire per il giro delle label indipendenti. Magari ne trovi una disposta ad accettarti, ma non a patto che tu lascia loro tutti i tuoi diritti. Se sei fortunato ti chiedono 50%, più le spese. Sotto le spese di solito si intende il pagamento della sala di registrazione, che poi non costa così tanto. Alle prese con la disperazione, cercando di pensare in maniera positiva, valuta il tuo progetto artistico da quello che possa essere realizzabile: "la tua label" investirà in te. Avrai il tuo primo brano registrato, poi il secondo e così via. Questo è già un buon primo passo verso la realizzazione del tuo sogno. Andando ai bar, ora potrai dire di avere una label e, si prospetta per te un trattamento con più riguardi.
Anche se la strada verso il successo è molto lunga, il tuo viaggio si può dire iniziato.

</p><h2>5. On Stage - La Musica è un Business</h2><p style="text-align: left;">
Hai messo il piede in ciò che si chiama "music business". Sai che devi contattare diversi bar per ottenere le esibizioni almeno una volta alla settimana, che ti servono soprattutto per fare pratica e per fare conoscenza di gente nuova. Questo modo di pensare significa che devi prima trovare un lavoro che ti lasci tempo di sera per esercitarti e per cercare di contattare i gestori dei bar. Non sarà semplice, ma sei motivato. Così hanno iniziato in molti. E con un po' di fortuna, magari, incontrerai la gente della radio, quella che decide dei brani che vanno in onda. Le radio locali vanno benissimo. C'è da pensare alle varie riviste del settore, partendo per tempo con delle conoscenze giuste. Metti in piano di andare agli eventi grossi, questa volta per conoscere la gente che si occupa di musica indirettamente, come gli operai che allestiscono i palchi, o fonici, addetti alle luci ed altra gente di "Back Stage". Loro ti aiuteranno a conoscere quel mondo e le sue regole.

In quel momento ti rendi conto di aver dimenticato un punto che potrebbe esserti d'aiuto: la rete. Facebook, Twitter, YouTube sono i posti che frequenti regolarmente seguendo artisti che ti piacciono e ti rendi conto che devi anche tu creare i tuoi account, le pagine, metterci le foto, caricare i video.

</p><h2>6. Obiettivo - Go Social!</h2><p style="text-align: left;">
Sei su Facebook e hai notato che tanta gente si promuove direttamente, scrivendoti il messaggio privato, chiedendoti di fare Like qua e là. O trovi quelli che ti offrono i like a buon mercato, le visualizzazioni del tuo video a go go, e in pochi giorni. Cerchi di capire come funziona. Come mai loro possono trovare tutta questa gente che ama la tua musica, e con facilità mentre tu hai fatto fatica a trovare due persone per venire a trovarti al bar di sera quando suoni.
È vero che on-line non c'è da pagare la benzina o il pubblico che vada a consumare, però ti sorge il dubbio, perché sai che nemmeno tu andresti ad ascoltare la musica che non ti interessa, anche se ti pagano. Ti appare l'immagine del negozio cinese vicino a casa, magari utile, ma non ti aspetti che duri tanto.

Lo stesso ragionamento vale anche se vuoi costruire la carriera musicale in maniera giusta per poterci vivere, guadagnare suonando. Sei consapevole che servono le basi solide e non serve acquistare, ma conquistare il pubblico.

</p><h2>7. Il Progetto - Comporre, Produrre, Promuovere, Sedurre</h2><p style="text-align: left;">
Come si fa? Serve il Progetto. Hai capito che se hai una meta, devi avere un Piano per arrivarci alla destinazione. Hai sentito che bisogna creare il Progetto, che deve avere

7 cose che non ti diranno mai del Business Musicale - Zampa - lascia la tua impronta

Scritto da Valerija Brkljac

Martedì 25 Agosto 2015 17:50

diverse frasi, di cui ci sono in grosso modo tre. La prima dipende da te: comporre la musica. La fase due è la produzione dell'album in studio: la registrazione, il mix e la masterizzazione. Qui c'è la label. Almeno qualcosa c'è. Poi c'è la terza fase: la promozione. In essa c'è la creazione delle basi di tua presenza sociale. Questo significa aprire, costruire e gestire diversi account sociali. E poi anche creare dei contenuti validi che riguardano te e la tua musica e fare le pubblicazioni costanti e comunicare con i fan. Il Facebook ce l'hai, il Profilo Personale, per serve la Pagina. Non puoi lavorare dal profilo privato. Prima, perché il limite di 5.000 amici, mentre sulle Pagine questo limite non c'è. Poi, ci sono diverse funzionalità che il Profilo Privato non ha. Lavorando dal profilo personale rischi facendo share dei tuoi contenuti, perché nessuno vuole sentirsi usato. È logico, perché il Profilo privato parte con l'idea dell'intimità mentre la Pagina è tutto l'opposto! Devi aprire l'account di Twitter, capire come funziona, e come sfruttarlo al meglio. Alla fine serve l'account YouTube, con i tuoi video. Significa creare dei contenuti da pubblicare seguendo le regole che ogni piattaforma ha, aprendo ogni giorno ciascun account almeno due volte al giorno! Questo si chiama Social Media Management. Pensi di poterlo o saperlo fare?

Pensiero Finale

Marketing in pratica è tutto ciò che devi fare per essere trovato, notato e amato. Certo non è un bottone magico, ma una specie di barca, il mezzo che ti porta dove si trova il pubblico che ama proprio quel tipo di musica che fai tu. Quella serie di azioni che non solo ti porterà vicino alla gente che ascolta il tuo tipo di musica, va ai concerti, ma compra la tua musica e la diffonde parlando di te con gli amici, facendo gossip.

Marketing non è una spesa, come lo pensa chi fa la musica aspettando solo di ricevere. Marketing è un Investimento. Puoi avere i brani quanti ne vuoi, registrare un brano al giorno, fare anche un video ogni giorno. Tutto questo non vale niente se non c'è nessuno ad ascoltarti e vederti.

Per arrivare a costruire una carriera, conviene lavorare subito alla costruzione della base solida e costruire la propria presenza nelle reti sociali tra l'audience giusta. Conviene seguire un Piano preciso che poggia sui tuoi punti di forza, esaltando il tuo Brand, rendendo attraente te e la tua musica, facendoti percepire come il Migliore. Perché al successo arrivano quelli che vengono percepiti come i Migliori, non per forza i migliori. Marketing è il movimento verso quella meta scelta.