

MODUL 1

Today's Digital Landscape in the Music Industry

Fokus:

Hur har musikbranschens landskap utvecklats över tid?
Hur arbetar man med marknadsföring och försäljning idag? Vi kommer titta på konkreta exempel från dagens musikbransch, så att du förstår vilka metoder som fungerar och i vilka sammanhang. Du kommer också få kunskaper om vilken marknadsföringskompetens branschen efterfrågar.

Längd:

2 veckor

Introduktion + Internets historia

Få en genomgång av hur internet utvecklats över tid.

Internetanvändning idag

Ta del av hur vi i Sverige använder internet idag genom att titta på olika demografiska data.

Annonseringens utveckling (del 1)

Få en översikt över hur marknadsföring/annonsering skett historiskt, från tryckta medier till dagens digitala medier.

Annonseringens utveckling (del 2)

Få kunskap om olika typer av digital marknadsföring och hur deras roll ser ut idag samt inom de närmsta åren.

Framtidsspaning

Få koll på vilka teknologier som sannolikt kommer forma framtidens marknadsföring och vilka kompetenser arbetslivet kommer efterfråga.

MODUL 2

Music Marketing Fundamentals

Fokus:

Hur kan man genom att definiera marknader, målgrupper och utnyttja smart data ta rätt strategiska beslut? Du kommer lära dig att göra målgruppsanalyser och få möjlighet att öva med olika verktyg. Vi kommer gå igenom vikten av att använda data och dyka ner i hur detta kan användas ur ett marknadsföringsperspektiv.

Längd:

2 veckor

Introduktion + Analys – En marknadsplans fundament

Förstå innehållet i en marknadsplan samt vikten av bra research och analys för att skapa en sådan.

Marknadsbestämning

Få kunskap i att analysera olika marknader och dela upp dem olika segment.

Situationsanalys

Lär dig skapa en omfattande nulägesanalys av ett företag/en artist.

Positionering

Lär dig skapa en visuell karta utifrån insamlad data, för att jämföra ditt och andras företag.

The importance of Data

Förstå viktiga metoder och "metrics" kring data och hur detta kan användas i digital marknadsföring.

MODUL 3

Marketing in the Digital Age

Fokus:

Hur hanterar och balanserar man varumärkesbyggande och säljdrivande aktiviteter? För att förstå detta kommer vi utgå från kundens "resa" (Consumer Decision Journey). Vi kommer även att gå in på varumärkessamarbeten och hur du kan använda sociala medier ur ett metodiskt och strategiskt perspektiv. Genom att analysera andra artisters varumärken kommer du få en förståelse för hur digitala strategier används "på riktigt".

Längd:

2 veckor

Varumärkesuppbyggnad

Förstå definitionen av ett varumärke, men även viktiga strategier kring varumärke och försäljning.

Old world/New world

Förstå kundens perspektiv och beslutsprocessen denne går igenom innan den blivit en lojal kund.

Varumärkessamarbeten

Få kunskaper i strategier och viktiga frågeställningar kring varumärkessamarbeten i musikbranschen.

Paid, owned, earned media

Förstå de olika typerna av media (radio, hemsidor, sociala medier etc.) och förstå i vilken kontext en viss typ passar bäst.

MODUL 4

Digital Distribution and platforms

Fokus:

Vilka skillnader finns mellan olika aktörer på marknaden, och hur kompletterar de varandra? Du kommer få kunskaper om fördelar och nackdelar med olika plattformar, samt en större förståelse för hur de faktiskt fungerar. Sedan kommer vi fokusera på playlist curation, där vi dels tittar på funktion och dels på hur man påverka olika spellistor.

Längd:

2 veckor

Introduktion + Inspelad musik

Få en historisk överblick över hur vi lyssnat på musik fram till idag.

Streaming (del 1)

Förstå streaming och dess roll i dagens musiklandskap.

Streaming (del 2)

Lär dig om affärsmodeller, inkomstkällor och andra viktiga frågeställningar kring streaming, såsom "The Value Gap".

Distribution

Få kunskap om hur musik hamnar på digitala plattformar via distributörer och aggregatorer.

Playlists

Förstå hur låtlistor skapas och hur du kan påverka vilka låtar som hamnar på vilka listor.

MODUL 5

Campaign Strategies

Fokus:

Hur använder man plattformarna på bästa sätt genom rätt strategier och kampanjer? Utifrån tidigare fokus på funktion, kommer vi här framförallt titta närmare på olika parametrar som kan påverka hur högt en låt hamnar på en spellista (på exempelvis Spotify).

Längd:

2 veckor

Intro + "70/20/10-regeln"

Lär dig hur du bör fördela resurser inom marknadsföring utifrån "70/20/10-regeln".

Viktiga frågeställningar + Målgrupper

Lär dig 6 viktiga frågor som varje marknadsförare bör ställa sig och hur du delar upp potentiella kunder i olika målgrupper.

Mediastrategi och mediaplanering

Förstå hur du kan jobba strategiskt med säljdrivande och varumärkesbyggande aktiviteter för att optimera utfallet för exempelvis en artist.

Kundresan

Få kunskaper i att påverka en kunds beteende genom att analysera vart de befinner sig i "Kundresan".

Fan Journey

Gå in i detalj på processen från att en person upptäcker ny musik till att den blivit en lojal "fan" till en artist.

Paid, owned, earned media

Fördjupa dina kunskaper om köpt, ägd och förtjänad media samt dra lärdomar av konkreta exempel från musikbranschen.

MODUL 6

Digital Communication

Fokus:

Hur kommunicerar jag ut mina budskap på bästa sätt via plattformarna? Här kommer vi utgå från dagens trender för att kunna förstå hur man kan bryta igenom dagens stora brus. Du kommer också lära dig mer om hur du kan mäta effekter av kampanjer och andra marknadsinsatser. Genom dessa kunskaper kommer du kunna visa på det värde du som marknadsförare skapar (ROI).

Längd:

2 veckor

Intro + Vad är digital reklam?

Öka dina kunskaper om digital marknadsföring (plattformar, kanaler etc.) i musikbranschen via konkreta exempel.

Hur kommunicera? (del 1)

Lär dig viktiga strategier för att kunna kommunicera effektivt via dagens digitala plattformar och kanaler.

Hur kommunicera? (del 2)

Fördjupa dig inom praktiska aspekter av digital kommunikation såsom val av logotyper, färger och "tone of voice".

Uppföljning (del 1)

Förstå varför du bör följa upp dina marknadsföringsinsatser och hur du bör tänka strategiskt kring detta.

Uppföljning (del 2)

Lär dig metoder och "metrics" (antal streams etc.), för att kunna mäta effekten av olika kampanjer.

Music Marketing

Tid för alla tillfällen: 18:00 – 19:30

Introduktion:	12 mar
Livetillfälle 1:	18 mar
Livetillfälle 2:	2 apr
Livetillfälle 3:	16 apr
Livetillfälle 4:	30 apr
Livetillfälle 5:	14 maj
Livetillfälle 6:	28 maj