



INNOVATION MUSICALE

délai: 18.02.2009 23:59 GMT

Marque: EMI

Secteur: Loisirs et art

Pays: United Kingdom

Catégorie: Création Spécifique : Développement de Concept

Publié: 17.12.08 05:00 GMT

Budget: \$10 000

État: Fermé

Langue des Solutions: Allemand, Anglais, Espagnol, Français, Italien, Portugais

1 Step Marque

[qui a écrit un Brief BootB pour les Créateurs BootB ?]

Emi Music représente des artistes de tous les genres et goûts musicaux, couvrant l'un des catalogues les plus complets de l'industrie musicale, avec plus de 3 millions de titres enregistrés. L'ensemble des artistes et du catalogue comprend des légendes telles que les Beatles, Pink Floyd et les Rolling Stones, mais également des stars mondiales telles que Robbie Williams et Kylie Minogue ou les artistes de musique classique les plus prestigieux, tels que Nigel Kennedy ou Simon Rattle.

2 Step Objectif / Description Du Projet

[que cherchez-vous à réaliser ?]

L'idée est de trouver une nouvelle façon pour EMI de toucher tous les fans de musique qui pensent s'être éloignés de la musique, car ils ne sont pas familiers avec les outils de téléchargement de musique, ne peuvent pas facilement écouter de nouveaux morceaux, n'ont pas le temps de chercher ou ne savent pas où chercher des nouveaux artistes, ou peuvent penser que toutes les nouvelles musiques sonnent pareil. Tous ceux qui continuent de n'écouter en boucle que leurs vieux disques ou même qui n'écoutent plus du tout de musique.

De nos jours, l'industrie du disque doit faire face au grand défi du développement des nouveaux médias et des problèmes de Propriété Intellectuelle qu'ils engendrent. EMI aimerait être le pionnier d'une nouvelle ère, inventer une nouvelle façon de mettre simplement en relation les musiciens et les artistes avec les consommateurs, quels qu'ils soient.

Nous attendons de votre part un descriptif de ce nouvel outil, processus, idée... qui va transformer la façon dont les consommateurs perçoivent l'industrie musicale.

3 Step Public-Cible

[qui cherchez-vous à influencer ?]

Nous nous adressons à tous les publics, sans distinction d'âge, de sexe, de CSP, de croyance, de langue, de style, etc.

Des fans de musique mais pas forcément des acheteurs de musique.

Nous avons identifié deux groupes représentatifs de cette population que nous voulons essayer de ré-intéresser à la musique, en les aidant à découvrir de nouveaux artistes:

Groupe 1

- ∞ Tous les acheteurs irréguliers / occasionnels, trop occupés à jongler entre leur vie quotidienne, leur boulot, leur famille, leurs enfants pour avoir le temps d'écouter de la musique
- ∞ Tous ceux qui n'achètent pas de musique mais pensent qu'elle les aide à se définir.
- ∞ Tous ceux qui ont l'impression d'être à côté de nombreux artistes, de chansons, etc.
- ∞ Tous ceux qui écoutent de la musique à la radio ou sur CD, mais jamais en digital

∞ Tous les revenus modestes

Groupe 2

- ∞ Tous les consommateurs irréguliers qui ne savent pas quoi acheter.
- ∞ Tous ceux qui s'intéressent moins à la musique qu'à d'autres domaines (cinéma, littérature, etc.)
- ∞ Tous ceux qui aiment dépenser pour leurs loisirs
- ∞ Tous ceux qui écoutent des CD mais pas de digital, mais qui s'intéressent à Internet et aux nouveaux médias.

Tous les gens susceptibles d'écouter de la musique à tout moment de la journée (dans leur salle de bain, en prenant leur petit-déjeuner, en courant, dans les transports, dans des soirées, en promenant leur chien, avant d'aller se coucher, allongés sur une plage, etc.)

4 Step Proposition

[que souhaitez-vous que le public-cible reçoive / comprenne / fasse ?]

Nous voudrions avant tout que la cible se remette à acheter de la musique, en découvre de la nouvelle, qu'elle apprécie. A présent, vous pouvez trouver et consommer votre musique préférée très facilement en faisant.... et grâce à (A vous de remplir les champs !!!)

5 Step Support

[pour quelle raison le public-cible devrait-il croire à la proposition de l'annonceur ?]

La musique vous donne du plaisir, vous divertit, vous relaxe, vous aide à mieux vous sentir dans votre environnement quotidien, vous inspire...

6 Step Personnalité

[quelles sont les caractéristiques qui définissent le mieux la personnalité de la Marque ?]

Ce sont avant tout les valeurs de chaque artiste et de chaque genre musical.

7 Step Plan média / Diffusion

[quels médias seront utilisés ?]

Tout dépend de l'idée!

8 Step Éléments D'exécution Supplémentaires

[Toute information supplémentaire que vous souhaiteriez fournir aux Créateurs]

Pensez de l'avant...

Mettez le Consommateur au centre de tout!