



Giuseppe Grancagnolo
Come Diventare un Musicista Indipendente Online
Con il nuovo Modello Discografico Digitale

Ultimo aggiornamento
Luglio 2009

Titolo
Come Diventare Un Musicista Indipendente
Online
Con il nuovo modello discografico digitale

Autore
Giuseppe Grancagnolo

Sito
www.lavoro-arte.com

ATTENZIONE! *Tutti i diritti sono riservati a norma di legge. Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta con alcun mezzo e senza l'autorizzazione scritta dell'autore. È espressamente vietato trasmettere ad altri il presente libro, né in formato cartaceo, né elettronico, né per denaro, né a titolo gratuito.*

Indice

<i>Premessa</i>	5
<i>Modello Discografico Digitale</i>	11
Formare la lista, l'arma segreta del musicista indipendente.....	34
Marketing del prodotto	72
La musica come modello professionale	85
Il blog al centro del mondo.....	101
La tecnica MDD	108
Le pagine di presentazione.....	115
Gestione della lista e commercializzazione della tua musica.....	126
Come farsi pagare.....	132
Come farsi vedere.....	137
Marketing dell'immagine Artistica	154
Conclusione	163

Premessa

Caro amico mio, ti do il benvenuto su questo affascinante corso, ma prima lascia che ti dica una cosa, oggi hai compiuto un gesto veramente importante, ti sei lasciato andare malgrado ogni genere di perplessità. Hai saputo combattere e vincere quell'atteggiamento negativo e irrazionale di estrema prudenza, la classica cautela che tiene uomini e donne legati saldamente "con i piedi per terra" in un destino triste e vuoto.

Conosco molta gente che vive all'insegna della convenzionalità e della disillusione, e vedessi quale espressione, compare sul loro volto sin dalle prime luci del mattino.

Mi domando: come si faccia a vivere così? Ci vuole comunque una bella dose di coraggio per affrontare la propria vita per vie dell'apatia e questo, caro mio, è proprio il paradosso più strano che potessi mai constatare! Queste persone non si rendono conto di come si precludano continuamente dalle opportunità, che alle volte, la vita offre.

Certo, se questo non è coraggio, allora cos'è?

Tu hai agito diversamente. Mi pare di vederti poco prima dell'acquisto. Avrai letto e riletto ogni parola della pagina di presentazione dello stesso e-book, poi ti sarai interrogato chiedendoti se fosse la cosa giusta da fare, poi hai fatto quello che c'era da fare. hai provato, malgrado ogni eventuale rischio a carico tuo e per questo, io ti stimo tantissimo e ti dedico tutte le mie conoscenze sul tema, spero che tu possa farcela veramente.

Vedi, tra noi è già nato un rapporto molto intimo che si andrà a consolidare nel tempo e nel corso della lettura.

Non è solo una questione transattiva di denaro, il classico acquisto che avviene nei crocevia del pianeta là fuori. Dal mio canto, mentre scrivevo queste parole, cercavo di immaginare quale aspetto Tu potessi avere e quali pensieri ti girassero per la testa mentre avresti letto queste righe.

Immaginavo te con tutte le tue motivazioni che ti avessero portato a me e al seguente libro, alle tue ambizioni di eterno musicista e perché no, anche alle espressioni che sarebbero comparse sul tuo volto di fronte a concetti che non hai mai masticato tipo siti internet, strumenti, risorse ecc.

Mentre scrivevo questo materiale, tracciavo il tuo identikit ed ero molto protettivo nei tuoi confronti, prendendomi cura di acclarare ogni concetto eventualmente troppo complicato. Se ci penso, mi vien da sorridere.

Magari ti aspettavi il classico tomo freddo, distaccato e astruso, invece ti ritrovi una persona che si apre con te fin dalla premessa del libro, confidandoti ogni pensiero e ogni emozione che affiorava durante la stesura!

Abbiamo lo stesso scopo tu ed io. Tu vorresti fare il musicista o il cantante a tempo pieno ed io mi prodigo per insegnarti tutte le metodologie che possano portarti verso quella direzione.

Credimi ho messo su questo libro tutta la mia buona volontà, ma ho bisogno anche che tu ti predisponga nel miglior modo a riguardo. Devi impegnarti in questa lettura, un approccio passivo senza la tua coinvolta attenzione non produce veramente nulla.

Ti chiedo adesso una cosa molto importante e ti pregherei di ascoltare attentamente questo suggerimento.

Devi rallentare!

Propri così! Tra un po' sarai colto dalla frenesia, salterai delle frasi o delle pagine nel tentativo di arrivare al nocciolo di ogni strategia proposta.

Bene! Questo è ciò che non dovrà assolutamente accadere, credimi è fallimentare e vale per ogni cosa.

Non ti accorgi di come corriamo freneticamente a destra e a sinistra, come se avessimo il sedere che ci va a fuoco? La nostra attenzione è raramente focalizzata sulle cose, vorremmo tutto e subito perché non abbiamo mai tempo.

È così che sviliamo la concettualità delle cose, è così che otteniamo solo conclusioni prive del carico emotivo che solo un giusto atteggiamento mentale offre... quindi:

Rallenta, impara ad assaporare e ragionare sulle cose, credimi non voglio essere né presuntuoso né bacchettone, anzi t'invito proprio a farci caso su quante cose facciamo correndo come dei matti, dal mangiare, anzi dal rigurgitare al parlare slengato per abbreviare o ascoltare solo l'ultima frase di ogni discorso.

Magari non sarà il tuo caso, ma ad ogni modo segui il mio consiglio, rilassati e vaglia ogni parola, ogni concetto e ogni altra cosa che ti verrà proposta. Non dare per scontato nulla e non anticipare mentalmente la conclusione delle frasi che leggerai.

Quando ci sentiremo per l'assistenza personale alla quale hai diritto, mi aspetto che tu sia preparato su tutte le strategie presentate. Certamente i dubbi su molte cose saranno quasi fisiologici e non dovrai preoccuparti di chiedermi tutti i chiarimenti di cui hai bisogno, ma dovrai avere un quadro definito sul soggetto.

Ti dico questo perché durante assistenze precedenti, mi sono confrontato con gente che aveva acquistato dei materiali, senza neppure averli letti. Questi “lettori” pretendevano da me consigli su come operare, saltando la via preliminare per l'apprendimento di concetti spiegati nei vari paragrafi del libro. Che cosa potevo mai raccontare se non avevano letto nulla? Peggio per loro mi vien da dire, potevano approfittare della mia presenza per scendere sul pratico e rendere concreti i loro progetti, ma sai cosa faccio in queste occasioni? Gli rimando a fare i compiti 😊.

Come diventare un musicista indipendente online – Autore Giuseppe Grancagnolo

Scherzi a parte, qui non si parla di come coltivare i gelsomini, ma si sta parlando del tuo futuro e dei tuoi sogni, non credi che sia lecito quanto chiedo?

Comunque bando alle chance e il lavoro da fare è tantissimo quindi direi di immergerci subito nei contenuti del libro.

Adesso è tempo di andare a spaccare il mondo. 😊

Buona lettura

Giuseppe Grancagnolo

Il Modello Discografico Digitale

1. Concetti preliminari

Che cosa è il Modello Discografico Digitale? (da adesso MDD)
Prova a immaginare che tu sia un cantautore che voglia rivendere le proprie composizioni nel modo tradizionale.

In mancanza di un importante contratto discografico da parte di una Major o di una Indie, disposte a finanziare il tuo progetto, di cosa avresti bisogno per agire in modo autonomo?

Sicuramente occorrerebbe una complessa struttura molto costosa che ottemperi alle seguenti funzioni:

-  Creazione del progetto in studio

-  Creazione del supporto fonografico (con annessi e connessi)

-  Canali promozionali quali agenzie di booking e promoter vari

-  Canali distributivi e vettoriali (accordi con distributori, corrieri per trasportare i cd nelle locations ecc.)



Una complessa struttura amministrativa e aziendale

Parliamoci chiaro, salvo che tu non sia il figlio di Bill Gates, sarebbe duretta fare tutto questo con il budget a tua disposizione no?

Ecco MDD ti permette di implementare una struttura di supporto, con investimenti irrisori nell'ordine delle 50,00 € circa.

Puoi veramente creare un'infrastruttura digitale che compia per te tutte le funzioni citate sopra e in modo del tutto automatico tra le altre cose, lasciandoti concentrare su questioni più importanti:

Fare musica

Questo staff virtuale con tutti i suoi processi sarà a tua disposizione 24H su 24.

Inizialmente rimarrai sorpreso nel vedere in moto tutti questi “ingranaggi” funzionare per te senza alcun bisogno del tuo intervento. È inevitabile che ti compaia un sorrisetto compiaciuto sul viso.



Un vero team al tuo servizio

Andiamo nello specifico, di che funzioni parlo esattamente?

Partiamo dal presupposto che tu disponga già di alcuni brani incisi in formato mp3.

L'utente giunge sul tuo sito, ascolta una demo di ogni brano disponibile.

Decide di riceverne uno gratuitamente sulla sua casella di posta (consiglio sempre, di offrire qualcosa gratuitamente, poi ti spiegherò perché) quindi compilerà un breve modulo (solitamente nome ed email) e premendo invio riceverà il brano come concordato.

Chi si occuperà di raccogliere i suoi dati e spedire il brano?

I tuoi "assistenti" virtuali ovviamente!

Una volta che avrai l'indirizzo email dell'utente, si prospetteranno una marea di possibilità, una specie di tesoro nascosto.

Per esempio, potresti scrivere settimanalmente ai tuoi iscritti per aggiornarli, portarli sul tuo sito a ispezionare le novità, garantendoti uno strumento di richiamo non male.

Ma chi penserà a spedire puntualmente ogni settimana alla stessa ora le mail alle persone iscritte?

Ci penserà, ancora una volta, il tuo staff virtuale.

Una volta che avrai impostato il sistema, te ne potrai anche dimenticare, tutto il lavoro sarà svolto nei giorni e nei mesi a venire. Fantastico no?

Questa pratica è nota come “email marketing” ma la affronteremo più avanti.

Adesso, poniamo il caso che tu voglia rivendere delle tue canzoni, chi penserà a incassare i pagamenti, segnalarteli e spedire i brani all'acquirente?

Suppongo che tu abbia intuito la risposta!

Questa breve descrizione del sistema è solo una piccola parte di quello che MDD può fare per te.

Andiamo per gradi, prima di trattare l'aspetto tecnico del sistema, bisogna capire quale sia effettivamente il tuo progetto.

Non so che genere di musicista tu sia, un cantante, uno scrittore di testi, un arrangiatore, un compositore o altro, ma una cosa la so bene, la prossima lezione è di un'importanza vitale.

Cerca di seguirmi con attenzione e di carpire bene il concetto.

2. Alla ricerca del tuo pubblico

In questo paragrafo partirò dal presupposto che tu voglia promuovere le tue composizioni e rivenderle su internet, ma se non fosse il tuo caso, non ti preoccupare, più avanti analizzeremo altre possibilità di guadagno che la musica può offrire.

Ho scelto questa prima ipotesi perché, oltre ad essere il caso più frequente che mi venga richiesto, è quello più adatto per farti capire questo passo preliminare.

Si tratta di quel fondamento che ti servirà per qualunque progetto tu abbia in mente.

Ti sei mai chiesto come facciano le etichette indipendenti a spuntarla e ad avere successo nonostante la presenza dei grandi colossi multinazionali della musica?

Come ben saprai, sono quattro le etichette multinazionali (Universal Music, Sony-Bmg, Emi e Warner.)

Sebbene oggi siano colte da una mutilante crisi data dal crollo del supporto fonografico (cd) e dall'imporsi del formato mp3, rimangono ancora delle autorità.

In realtà la coesistenza tra Major e Indie è data dall'adozione di due differenti strategie, riguardanti la segmentazione del mercato.

In qualunque tipo di business vi è una scelta epica da intraprendere, e bisogna farlo prima di ogni altra cosa, si tratta della scelta del target di riferimento cui rivolgere la propria offerta.

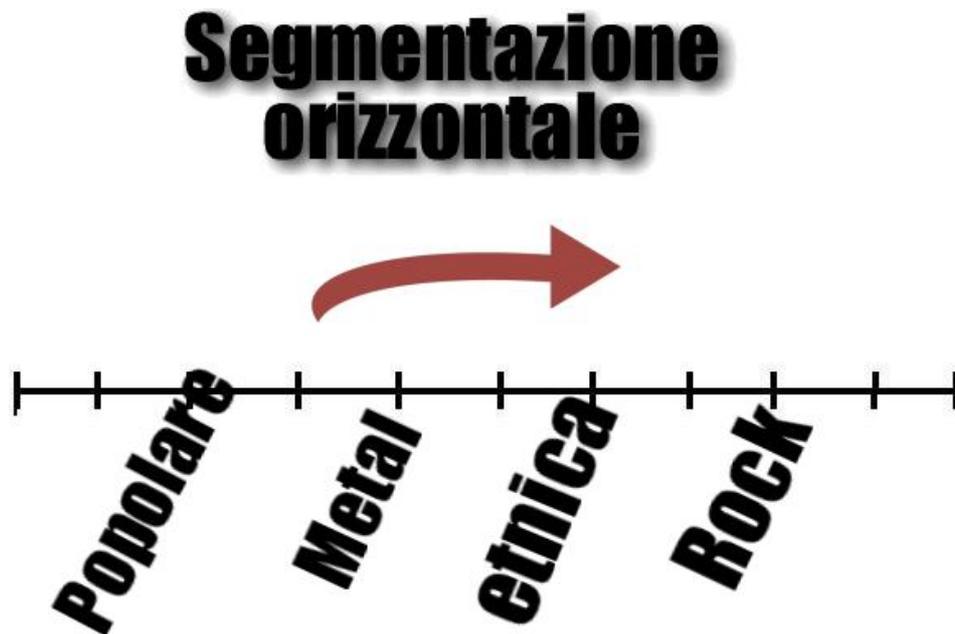
Da questa decisione dipende tutta la ramificazione e la crescita dell'attività svolta. Prima di poter isolare un target di riferimento cui rivolgersi, vi è un'azione propedeutica da compiere, nota appunto come segmentazione del mercato.

Gli approcci principali sono sostanzialmente due, segmentazione orizzontale e verticale.

Nel primo caso possiamo annoverare la strategia delle grandi multinazionali della musica.

La loro offerta è rivolta ad una categoria molto generalizzata come ad esempio musica per giovani, amanti del Rock, del Pop, del Jazz ecc.

In parole povere, la loro strategia di mercato segue questo schema:



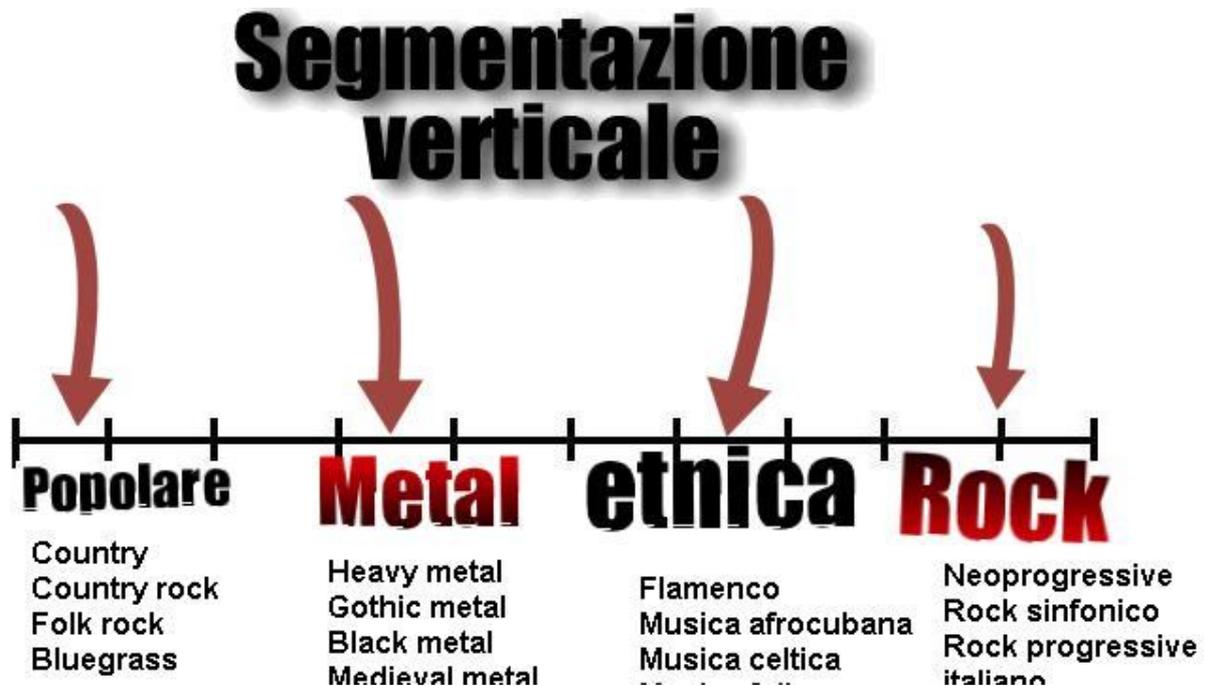
Come puoi notare giocano su intere masse di ascoltatori, avendo alto potere di promozione e potenziale distributivo, possono permettersi, attraverso una copiosa disseminazione attuata su diversi canali mediatici, di pervadere porzioni smisurate di mercato.

Se invece parliamo di etichette indipendenti, il discorso cambia.

Avendo budget e potenzialità ridotte rispetto alle Major, le Indie devono adottare un approccio più preciso e mirato cui rivolgere il proprio prodotto.

Il target in questo caso non sarà più ad esempio il Rock.

Per ogni genere musicale esiste una miriade di sottostili, quindi se ad esempio parliamo di Metal, l'etichetta indipendente punterà sulle nicchie corrispondenti cioè: Heavy Metal, Black Metal, Gothic Metal ecc. Si trova lì il mercato di riferimento che acquisterà i loro prodotti musicali. Questa strategia è nota come segmentazione verticale.



Approfondiamo il concetto di nicchia musicale, è qui che
dovrai spendere le tue energie in fase di pianificazione, è qui
che nasce un progetto.

2. Le nicchie musicali

Per nicchia musicale s'intende un mercato o meglio dire un target di riferimento ben preciso e profilato.

È proprio su questo punto che cadono molti artisti che vorrebbero emergere, comprendendo quest'aspetto disporrai di una vera e propria arma differenziante.

Si tratta di un concetto chiave per il tuo successo. Ricordati che chi cerca di raggiungere tutti, normalmente non raggiunge nessuno, e su questo sono d'accordo tutti gli esperti di marketing.

Dovrai, prima di tutto, identificare quella precisa fascia di utenti con caratteristiche e preferenze simili. Saranno loro a conferire un successo lungimirante alla tua carriera.

Dovrai rivolgere quindi, la tua musica a un preciso e distinto pubblico, mai a tutti.

La segmentazione orizzontale la lasceremo alla Sony, alla Emi, Warner e compagnia bella, quali hanno sicuramente più soldini di me e te messi insieme 😊.

Quando si parla di nicchia di mercato, non ci si può permettere di essere vaghi, bisogna agire con perizia e millimetrica precisione. Più la nostra scelta è oculata e coerente, più hai possibilità di creare un qualcosa di veramente interessante e duraturo nel tempo.

Il fatto è questo, nel nostro tipo di mercato (quello musicale) le nicchie sono decisamente tante, e dire di appartenere a quella del Jazz o del Rock è troppo vago, anzi per definizione, queste non sono per nulla delle nicchie. Osserva questo schema di categorie e avrai capito cosa intendo:



Musica popolare ed etnica



Black music



Jazz



Rock



Punk



Metal



Musica pop



Dark/Gothic



New Age



Dance Music

Guardando di primo acchito a occhi poco esperti, queste potrebbero sembrare delle nicchie, anche se non lo sono per niente. Dire Rock o Dark è troppo generico. Ci sono tante ramificazioni per il Rock quanto per il Dark o per la musica Pop. Osserviamo quindi cosa s'intende per "nicchia di mercato" nel campo musicale:



Musica popolare ed etnica

- ✓ Country
- ✓ Country Rock
- ✓ Folk Rock
- ✓ Bluegrass
- ✓ Flamenco
- ✓ Musica afrocubana
- ✓ Musica celtica
- ✓ Musica folk

- ✓ Musica latina
- ✓ Musica per banda
- ✓ Liscio e musiche regionali



Black music

- ✓ Blues
- ✓ R&b
- ✓ Soul Music
- ✓ Funk
- ✓ Disco Music
- ✓ Rap



Jazz

- ✓ Dixieland

- ✓ Swing
- ✓ Be bop
- ✓ Hard bop
- ✓ Cool jazz
- ✓ Modal jazz
- ✓ Free jazz
- ✓ Latin jazz
- ✓ Mainstream
- ✓ Fusion
- ✓ Acid jazz
- ✓ Grunge jazz
- ✓ Nu jazz



Rock

- ✓ Rock blues
- ✓ Folk rock

- ✓ Garage rock
- ✓ Hard rock
- ✓ Pop rock
- ✓ Punk rock
- ✓ Rock and roll
- ✓ Rockabilly
- ✓ Boogie
- ✓ Rock progressive
- ✓ Neoprogressive
- ✓ Rock sinfonico
- ✓ Rock progressive italiano
- ✓ Rock psichedelico



- ✓ Punk rock
- ✓ Acid punk
- ✓ Ska punk

✓ Garage punk



Metal

✓ Heavy metal

✓ Gothic metal

✓ Black metal

✓ Medieval metal

✓ Symphonic black metal

✓ Death metal

✓ Grind

✓ Thrash metal

✓ Synth metal

✓ Melodic death metal

✓ Alternative metal

✓ Funk metal

✓ Industrial metal

- ✓ Nu metal
- ✓ Punk metal
- ✓ Epic metal
- ✓ Folk metal
- ✓ Melodic metal
- ✓ Metalcore
- ✓ Power metal
- ✓ Progressive metal



Musica pop

- ✓ Musica beat
- ✓ Musica leggera
- ✓ Brit pop
- ✓ Pop latino

- ✓ Technopop
- ✓ Europop
- ✓ New Wave
- ✓ Synth pop



Dark/Gothic

- ✓ Gothic rock
- ✓ Post punk
- ✓ Death rock
- ✓ Coldwave
- ✓ Industrial
- ✓ New romantic
- ✓ Darkwave
- ✓ Gothic metal



New Age

- ✓ Ambient
- ✓ Lounge
- ✓ Chillout
- ✓ Word music



Dance Music

- ✓ House music
- ✓ Techno
- ✓ Breakbeat
- ✓ Trance



Techno hardcore

Come hai potuto osservare, esistono tante nicchie per ogni genere musicale. Pensa che per ognuna vi sia un mercato tutto proprio, e dinamiche assestanti, con determinati artisti e determinati FANS ma soprattutto specifiche propensioni d'acquisto.

Su questo punto non mi stancherò mai di raccomandarmi.

Il tuo target non è l'ascoltatore poco impegnato e dai gusti frivoli, lui non sborserà un euro per te.

Diversamente nelle nicchie troverai gente culturalmente più preparata, veri appassionati e conoscitori della musica.

Troverai animi intellettuali che acquisteranno i tuoi pezzi senza troppi problemi.

Sostanzialmente questo è il segreto delle etichette indipendenti.

Spesso quando faccio consulenza a musicisti, e si affronta questo punto, noto una certa riluttanza da parte loro. L'idea di focalizzarsi su uno specifico filone d'utenza, fa emergere in loro la preoccupazione di escludere potenziali ascoltatori e acquirenti dei loro brani ma, a mio dire, sbagliano alla grande!

È ovvio, alla fine sul tuo sito ci finirà anche gente con caratteristiche diverse dal target di riferimento che hai scelto, magari queste persone decideranno di acquistare la tua musica e seguirti vita natural durante, spesso succede. La musica d'altronde è un costrutto di emozioni e con queste puoi conquistare il cuore di chiunque.

Tu in realtà non escludi nessuno, ti stai solo concentrando su una fascia d'utenza. Questo *modus operandi* ti porterà solo dei vantaggi.

Il fatto di lavorare e dirigere le proprie azioni verso uno specifico filone di ascoltatori fa sì che tu possa posizionarti su quel mercato conquistando una autorevolezza ragguardevole.

Per terminare, vorrei ricordarti che i grandi colossi cavalcano il mercato commerciale pervadendo le masse, le etichette indipendenti cavalcano le nicchie, tu dovrai fare come quest'ultime.

Radiohead, Marillion, Saul Williams, Arctic Monkeys

Questi artisti hanno un qualcosa in comune, hanno capito prima di altri quale strumento portentoso sia la rete.

In particolare sono stati dei pionieri nell'applicare una strategia potentissima che ha favorito un successo planetario.

Di quale straordinaria strategia stiamo parlando? Come puoi applicarla anche tu e farti strada velocemente nell'arena competitiva artistica?

Seguimi perché questo è il segreto di come normali utenti diventeranno i tuoi FANS e sarà l'argomento "hot" del prossimo capitolo.

[Continua nella versione integrale](#)