

Петрик Вячеслав,

магістрант спеціальності музична освіта

Національного університету

«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка, Україна

Ладонько Людмила,

доктор економічних наук,

професорка кафедри мистецьких дисциплін

Національного університету

«Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка, Україна

ЯК СТВОРИТИ І РОЗВИВАТИ МИСТЕЦЬКИЙ БРЕНД

Як створити і розвивати мистецький бренд? Саме таке питання постало на початку творчого шляху перед нашим сімейним вокальним дуєтом під назвою «Душа двох». Ми розуміли, що створити і розвивати мистецький бренд – це не просте завдання, але дуже цікаве і творче. Тож почали вивчати інформацію та поради спеціалістів за даною тематикою.

Перше, з чого ми можемо розпочати знайомити аудиторію із своєю творчістю, то це використовувати різні методи інтернет-маркетингу, просувати свої роботи, знайомити із своїм стилем і манерою виконання, мати можливість висловлювати свою думку та залучати аудиторію. Отже, перед створенням власного мистецького бренду нам потрібно відповісти на низку першочергових запитань, а саме:

- Яка головна мета та цільова аудиторія нашого бренду?
- Що ми хочемо досягти, розвиваючи майбутній бренд?
- Кому він адресований? Які потреби, інтереси, проблеми ми можемо задовольнити або вирішити?
- Чим наш вокальний дует можемо відрізнитися від інших митців? У чому наша перевага?

Наступним важливим кроком у створенні і розвитку бренду нашого дуєту, може бути створення спільноти бренду, що є особливо корисним на початку кар'єри. Як стверджує джерело [1], це допоможе залучити та зберегти аудиторію, яка поділяє цінності та інтереси гурту.

Створення спільноти бренду навколо музичного дуету вимагає стратегічного підходу та відданості. Опрацювавши різні інформаційні ресурси, можемо виокремити кілька кроків, які можуть допомогти створити і розвивати спільноту мистецького бренду [2-7]:

Знайти свою унікальну ідею: визначити, що робить наш дует унікальним. Це може бути особливий стиль музики, культурне значення бандури та гітари (саме на цих інструментах ми граємо), або навіть наша історія як подружжя.

Створити ціннісний контент: розробити контент, який резонує з нашою аудиторією. Це можуть бути відео наших виступів, історії про створення пісень, блоги про подорожі та виступи.

Використовувати соціальні мережі: активно використовувати платформи, такі як Instagram, Facebook, YouTube, Tik Tok для залучення та взаємодії зі своїми шанувальниками.

Проводити живі заходи: організовувати концерти, і в майбутньому також майстер-класи та зустрічі з фанатами, щоб підтримувати зв'язок зі своєю спільнотою.

Збирати зворотні відгуки: заохочувати своїх шанувальників ділитися враженнями та пропозиціями, це допоможе нам розвиватися та покращувати нашу творчість. У цьому випадку, як показує власний досвід, надзвичайно допомагають соціальні мережі.

Будувати партнерства: співпрацювати з іншими музикантами, брендами, які поділяють наші цінності, для розширення нашої аудиторії. Це дозволяє навчатися новому, та розширювати професійне бачення музичного мистецтва.

Потрібно бути послідовними: регулярно оновлювати свій контент та підтримувати зв'язок зі спільнотою, щоб вони відчували нашу присутність та важливість.

Також, щоб привернути увагу аудиторії, особливо в контексті музичного виступу, можна використовувати різноманітні маркетингові методи, як:

- *Інтерактивність*: маємо залучати аудиторію до участі у нашому концерті, наприклад, запрошуючи їх співати разом або відповідати на питання.
- *Візуальні ефекти*: використовувати світлові ефекти, костюми та реквізит, щоб створити яскраве візуальне шоу.
- *Емоційний зв'язок*: маємо ділитися особистими історіями або емоціями, які лежать в основі наших пісень, щоб створити глибший зв'язок з аудиторією.
- *Затребуваний репертуар*: маємо подбати про високу якість музики та текстів, щоб аудиторія відчувала цінність того, що ми їм пропонуємо.
- *Сюрпризи та новизна*: маємо регулярно оновлювати свій репертуар новими піснями або несподіваними каверами, щоб тримати інтерес.
- *Соціальні медіа*: маємо використовувати соціальні мережі для тизерів, анонсів та ексклюзивного контенту, який не можна знайти деінде.

Описані заходи надзвичайно важливі та потребують кропіткої роботи, але і це ще не все. На шляху створення та розповсюдження інформації про мистецький бренд без спонсорів не обійтися! Тож, щоб залучити спонсорів для музичного дуету, важливо продемонструвати потенціал проєкту та його цінність для потенційних партнерів. Ось кілька кроків, які можуть допомогти у цьому напрямі [8,9] :

- Розробка айдентики майбутнього бренду, яка буде привабливою для потенційних спонсорів, підкреслювати унікальність дуету, розкривати музичний жанр та стиль виконавців.
- Створення професійного веб-сайту та активність у соціальних мережах: маючи сильну онлайн-присутність, можемо привернути увагу спонсорів, які шукають активних, відкритих до співпраці артистів.
- Співпраця із аудиторією: спонсори хочуть бачити, що у бренда є зацікавлена та активна аудиторія: повинні використовувати дані з соціальних мереж та музичних платформ для демонстрації нашої популярності.

- Створення контенту, який резонує з брендом: розробити контент, який може бути цікавим для спонсорів; включити інформацію про дует, статистику аудиторії, варіанти спонсорства, та як спонсори можуть взаємодіяти з спільнотою бренду.

Підсумовуючи проведені дослідження, можемо зробити висновок, що мистецький бренд повністю залежить від професійної репутації виконавця. Це означає, що митець повинен повсякчас демонструвати свою фаховість, якість, надійність, відповідальність, доброзичливість, відкритість. Найбільш прийнятними методами для підсилення згуртованості спільноти бренду може бути ведення власного блогу, Telegram каналу чи власного сайту на YouTube. Ми можемо отримувати відгуки від своєї аудиторії, публікувати свої статті, інтерв'ю, подкасти, вебінари, кейси, портфоліо на різних платформах та ресурсах, співпрацювати з іншими митцями, брати участь у конкурсах, фестивалях тощо. Таким чином, бренд-медіа сьогодні є найбільш ефективною платформою для комунікації з аудиторією, розповідаючи не лише про сам бренд, а й про життя, тренди та розвиток виконавця (колективу) чи музичного мистецтва загалом [10].

Список використаних джерел

1. Як створити спільноту довкола бренду: веб-сайт. URL: <https://blog.depositphotos.com/ua/yak-stvoryty-spilnotu-dovkola-brendu.html>
2. Єсауленко Вікторія. Запорука успішної комунікації. Як привернути та утримати увагу. URL: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/yak-privernuti-ta-utrimati-uvagu-pravila-efektivnogo-spilkuвання-50361660.html>
3. Генерація вмісту: 10 безпомилкових порад щодо залучення аудиторії: веб-сайт. URL: <https://www.toptut.com/uk/content-generation-10-foolproof-tips-for-captivating-your-audience/>
- 4.10 способів утримати увагу аудиторії : веб-сайт. URL: <https://krasno.com.ua/ua/10-sposobov-uderzhat-vnimanie-auditorii/>

5. Як привернути увагу аудиторії - my life : веб-сайт. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/jak-privernuti-uvagu-auditorii-my-life.html>

6. Майстерня Соціальних Медіа: Як привернути увагу аудиторії : веб-сайт. URL: <https://blog.dropplatforma.com.ua/arbitrazh-trafika/majsternya-soczialnyh-media-yak-pryvernuty-uvagu-audytoriyi/>

7. Маркетинг у соціальних мережах для музикантів у 20 простих кроків : веб-сайт. URL: <https://www.toptut.com/uk/social-media-marketing-for-musicians/https://rubryka.com/blog/startup-art/>

8. Маркетингова стратегія для музичних виконавців: як будувати фан-базу через інтернет: веб-сайт. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/seo-prodvizhenie/marketingova-strategiya-dlya-muzichnih-vikonavtsiv>

9. Darren Buser. Як отримати спонсорську підтримку на YouTube. URL: <https://clipchamp.com/uk/blog/how-get-sponsored-on-youtube/>

10. Буткевич А. Як мистецькому стартапу привернути увагу інвестора: інсайдерські поради. URL: <https://rubryka.com/blog/startup-art/>