

Content Strategie

Claudy



Doel

WAT IS ONS DOEL?

De content die wij gaan produceren helpt Claudy naamsbekendheid te behalen.

Dit doen wij door middel van positieve en creatieve content dat de doelgroep een emotioneel of herkenbaar gevoel geeft, zodat zij meer muziek van Claudy gaan luisteren en haar actiever gaan volgen door middel van haar bij te houden op Social Media en haar mogelijk te bezoeken op concerts.

Doelgroep

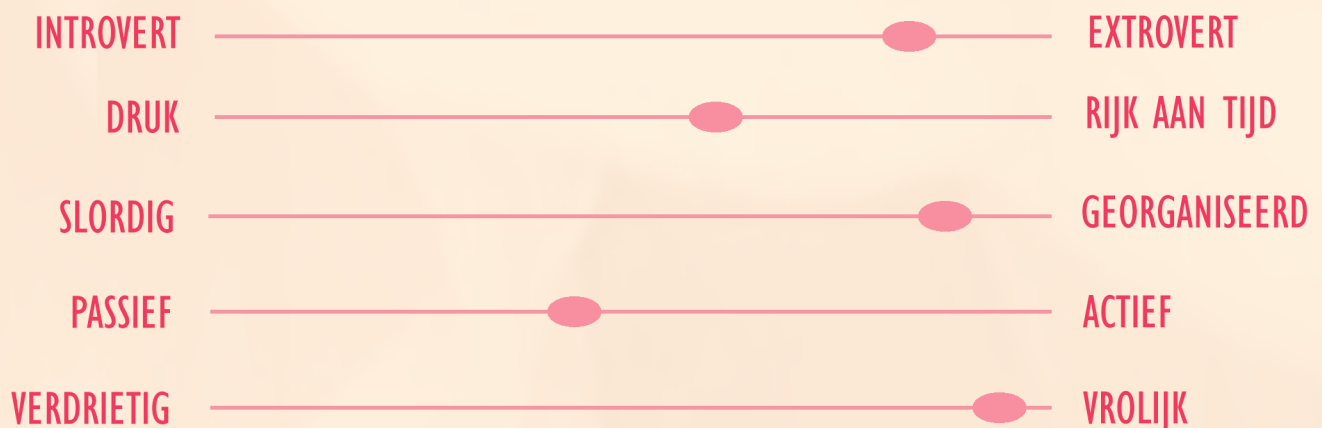
Maaike Slot



- 28 Jaar
- Basisschool Docent
- Schiedam

Hallo, ik ben Maaike Slot, een 28-jarige vrouw. Ik woon in Schiedam samen met mijn man in een rijtjeswoning. Mijn dagen worden gevuld met het lesgeven aan kinderen van groep 6 en 7.

Ik ben al acht jaar gelukkig samen met mijn vriend Sam, we hebben elkaar ontmoet via vrienden. Ik heb een grote vriendengroep waarmee ik regelmatig een wijntje drink en een dagje mee weg ga. Ik hou van shoppen en draag vaak kleurrijke en vrolijke kleding. Ik spendeer ook veel tijd op mijn zolder, waar ik vaak schilder.



Doelgroep

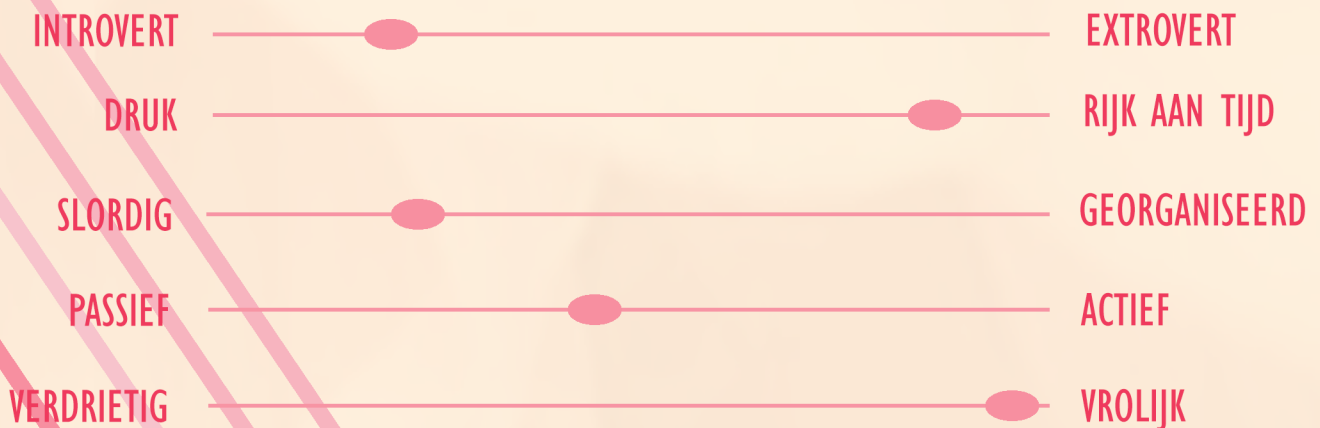
Kevin Boersma



- 33 Jaar
- Schrijver
- Bloemendaal

Hey, mijn naam is Kevin Boersma. Ik ben een 33-jarige man en woon alleen in een appartement in Bloemendaal.

Als zelfstandig schrijver verdien ik mijn kost. Ik trek regelmatig de buitenwereld in om inspiratie op te doen voor mijn boeken, maar breng ook veel tijd achter mijn computer door om te schrijven. Tot nu toe heb ik vier succesvolle boeken uitgebracht. In mijn vrije tijd geniet ik graag van het gezelschap van mijn hond en vind ik het heerlijk om een dagje op de bank door te brengen.



Boodschap



"Van Tilburg tot de Wereld: Mijn Muzikale Reis, laat je dansen en dromen.

Het begon allemaal met een droom en een gitaar op mijn dertiende. Ik dacht: laat me die melodieën maar eens proberen! Vanaf dat moment was er geen weg meer terug. Ik nam zanglessen op zeventienjarige leeftijd en zette mijn eerste stapjes op het podium in een restaurant. De spanning was om te snijden, maar oh, wat was het leuk!

Het Nederlands is mijn taal van de ziel. Het stelt me in staat mijn diepste gevoelens te uiten en mijn boodschap te delen. Mijn liedjes zijn als verhalen, doordrenkt met metaforen voor extra diepgang. Ik heb veel geleerd van mijn muzikale helden, zoals Nielson, Nick en Simon, en natuurlijk Douwe Bob, die me inspireert met zijn unieke akkoordenschema's.

Mijn droom? Een Nederlandse theatertour met een big band, omringd door de warmte van het publiek. En stiekem droom ik ervan om ooit op te treden in Theaters Tilburg, mijn thuisstad. Maar voor nu geniet ik van mijn akoestische optredens en koester ik de hoop om ooit samen te werken met artiesten zoals mijn grote voorbeeld Stephanie Struijk.

Dus laten we samen verder gaan op deze muzikale reis. Geniet met me mee en laat je meevoeren door mijn dromen. Want muziek verbindt ons allemaal, waar we ook zijn.

Media-inzet

- Claudy gebruikt sociale mediaplatforms zoals Instagram, Facebook en TikTok om haar muziek te delen, optredens aan te kondigen en in contact te komen met haar fans.
- Ze maakt gebruik van YouTube om haar muziekvideo's en live-optredens te delen.
- Daarnaast heeft ze een professionele website voor haar online aanwezigheid en om haar fans van updates te voorzien.

Keywords:

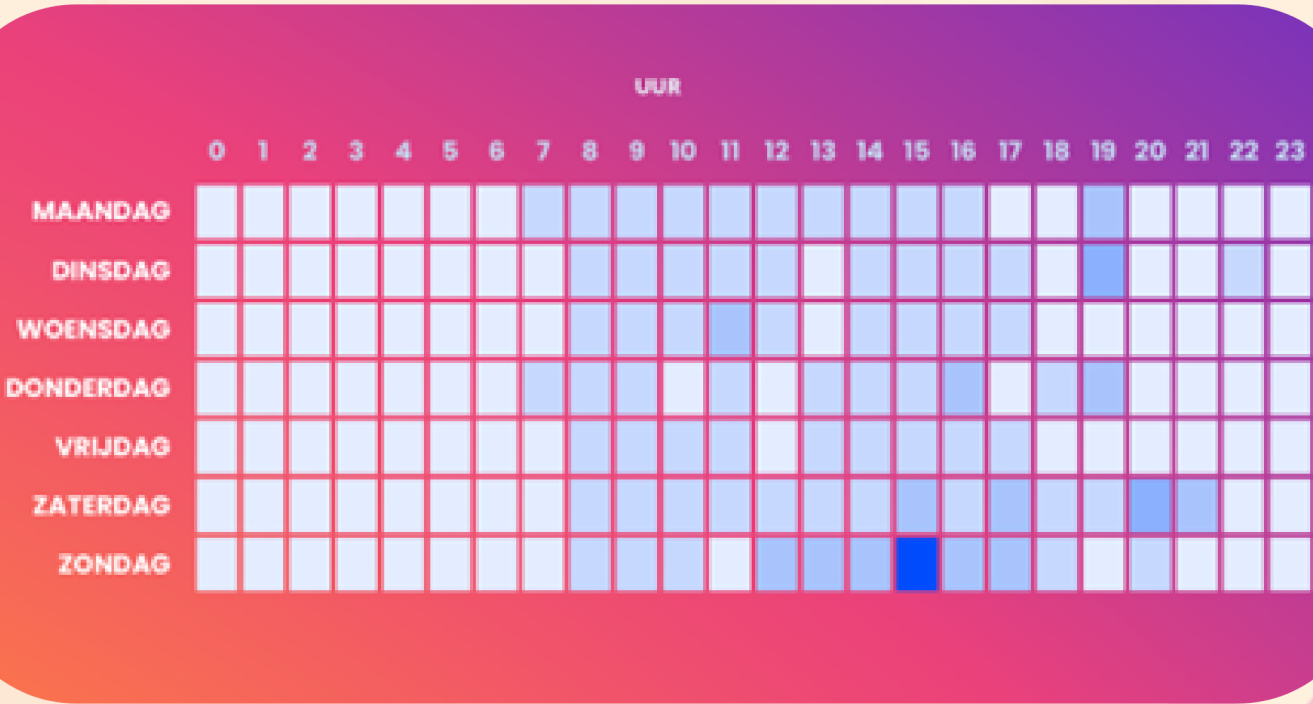
- Identificeer belangrijke zoekwoorden en interesses binnen het Nederlandstalige popmuziek, zoals Pop muziek, artiesten, singer-songwriter, live-optredens en muziekvideo's.

Per mediaplatform het soort content:

- Op sociale media: Plaats korte video's van akoestische optredens, deel verhalen over nummers en geef fans een kijkje achter de schermen.
- Op YouTube: Deel officiële muziekvideo's, live-optredens en mogelijk vlogs over de muzikale reis.
- Op de website: Bied een biografie, concertagenda en de mogelijkheid om muziek te kopen of te streamen.

Sluit aan bij je doelgroep:

Stem de boodschap en content af op liefhebbers van Nederlandse popmuziek door authentiek te zijn in stijl en muziek, feedback van fans te waarderen en regelmatig interactie te hebben via sociale media om een gemeenschap op te bouwen.



Media-inzet

Instagram post:



agency zie je welke dagen en tijden k

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 111–118

Media-inzet

YouTube onderzoek:

Na onderzoek op Prodoagency zie je welke dagen en tijden het beste zijn voor interactie op TikTok. Doordeweeks rond bedtijd en in de vroege ochtend zijn er veel actieve gebruikers, met zowel vroege vogels als nachtuilen.





Planning

AIDA-Model

Attention

We streven ernaar onze aanwezigheid op socialemediaplatforms te versterken om een breder publiek te bereiken, ondanks de concurrentie van andere artiesten. Onze doelgroep, waaronder Maaïke Slot en Kevin Boersma, willen we bereiken via TikTok, Instagram en YouTube. Instagram zal onze belangrijkste pagina zijn, aangezien Claudy daar al een aanzienlijk aantal volgers heeft en regelmatig content deelt.

TikTok — Dit platform biedt de mogelijkheid om viraal te gaan, zij het onvoorspelbaar. Claudy kan haar muziek promoten, live showclips delen en Behind the Scenes van haar shows of studiosessies posten. Het is van cruciaal belang om frequent te posten, bij voorkeur meerdere keren per dag, om de kans te vergroten dat haar TikToks viraal gaan. Door hashtags en keywords te gebruiken in de beschrijving van haar posts, vergroot ze de kans om een groter publiek te bereiken. Het gebruik van haar eigen muziek als achtergrond voor TikTok-video's kan de aandacht voor haar nummers vergroten.

Attention²

YouTube — Naast TikTok biedt YouTube nu ook YouTube Shorts. Door deze bij te houden, kunnen dezelfde filmpjes ook op YouTube Shorts worden geplaatst, wat de kans op doorbraak vergroot. Langere video's kunnen ook op YouTube worden geplaatst, zoals muziekvideo's. Het toevoegen van teasers en aankondigingen op YouTube kan de interesse van kijkers wekken. Door keywords toe te voegen aan de beschrijvingen van haar video's, kan Claudy het YouTube-algoritme helpen haar video's naar een breder publiek te pushen.

Instagram — Hier ligt de focus meer op kwaliteit dan op kwantiteit. Door een consistent thema te behouden tijdens de release van een single/album, kan het bezoek aan het Instagram-profiel van Claudy aantrekkelijker worden. Op Instagram Stories moet echter frequent worden gepost om de betrokkenheid van fans bij het leven en de carrière van Claudy te vergroten.



Interest

Na het aantrekken van de aandacht van onze doelgroep zal Claudy doorgaan met het delen van re-posts en gebruikmaken van Instagram Live om in contact te blijven met haar fans. Via deze kanalen kunnen sneak peeks worden gegeven voor nieuwe releases en concertdata, waardoor meer fans betrokken raken. Deze interactieve benadering stelt Claudy in staat om een hechte band op te bouwen met haar publiek, waarbij ze directe interactie kan hebben en exclusieve content kan delen, wat de betrokkenheid van haar fanbase versterkt en haar artistieke gemeenschap verder uitbreidt.



Desire

Claudy heeft al een behoorlijk bereik, maar door meer actief te zijn op YouTube en TikTok kan ze dit nog verder vergroten. Door regelmatig te posten zal ze meer zichtbaarheid krijgen en meer mensen overtuigen om haar muziek te beluisteren.

Het doel is om een groeiende en trouwe fanbase op te bouwen die haar ondersteunt op haar muzikale reis en helpt bij het bereiken van haar artistieke doelen.

Action

We willen onze doelgroep stimuleren om naar de concerten te komen en Claudy te volgen op alle socialemediaplatforms, met speciale aandacht voor Spotify en YouTube Music. Het hoofddoel is om meer streams te genereren en Claudy's bereik in de industrie te vergroten, met als uiteindelijk doel om op te treden in de Ziggo Dome.