

PRÊMIO MUSIC TRENDS - RIOSOFT DE INOVAÇÃO

1. OBJETIVO

Premiar e divulgar, a fim de difundir entre os agentes do mercado de música nacional, um projeto de ferramenta/aplicativo capaz de unir em um único relatório, os relatórios de análise das plataformas de promoção e streaming de música online.

2. HISTÓRICO

Antigamente, um artista ou gravadora divulgava os seus produtos nas mídias tradicionais: rádio, TV, imprensa. Elas eram fáceis de mensurar. Fazia-se uma promoção em rádio, saía um artigo em jornal ou revista ou o artista aparecia na TV. Rapidamente o ponto de venda reagia (ou não) com mais vendas.

A indústria da música passou por mudanças estruturais profundas nas últimas duas décadas. Cada vez mais digital e online, toda a circulação de conteúdo passa hoje por ferramentas na internet e/ou nos celulares. Dadas as inúmeras plataformas de divulgação, promoção e venda de conteúdo e/ou produtos online, os profissionais que trabalham nesta cadeia, sejam empresas, músicos ou artistas, encontram grande dificuldade em administrar toda a informação que é possível coletar em todas as plataformas.

3. USUÁRIOS POTENCIAIS DA SOLUÇÃO A SER PROPOSTA

Cerca de 2000 escritórios de agenciamento de artistas, 350 gravadoras de médio e grande portes, diversas agências de marketing digital, cada uma com inúmeros clientes.

4. A NECESSIDADE DE INFORMAÇÕES

Hoje, as empresas especializadas em marketing digital se somam ao trabalho das mídias tradicionais, fazendo a divulgação nas redes sociais e também negociando banners de destaque nos pontos de venda digital. Para entender se uma campanha nestas mídias deu certo, as empresas de marketing digital acessam os relatórios de tráfego disponibilizados pelas próprias plataformas. Acessam também os resultados de vendas digitais (streaming e download) e físicas (produtos em lojas online). A partir da análise de cada um individualmente, o profissional do marketing digital pode traçar um diagnóstico, uma estratégia de ação e/ou uma conclusão sobre a eficácia da campanha feita. O que funcionou e o que não funcionou.

Os principais KPIs ou métricas que as gravadoras e empresários de artistas tentam identificar e analisam com frequência (até diária) são:

- Indicadores de audiência nas redes (crescimento, *views* e engajamento)
- Número de plays no Spotify
- Crowley e/ou Connectmix (relatórios de veiculação em rádios comerciais)

As vendas digitais são consequência desses principais itens.

5. O PROBLEMA

As informações disponíveis nas diversas fontes de dados têm formatos os mais variados — texto ou planilha — e precisam ser unificadas manualmente, o que atrasa e dificulta o trabalho do profissional de promoção. Existem plataformas estrangeiras que automatizam o processo, mas são caras e não estão adaptadas para a realidade nacional. Algumas plataformas dão acesso aos dados apenas à gravadora ou distribuidor de conteúdo musical digital, como é o caso dos serviços de streaming e download.

Segundo Kátia Araújo, da empresa Bliss Digital, falta no mercado uma plataforma que facilite a coleta e faça cruzamentos de dados. As ferramentas disponíveis são incompletas e falhas e não “conversam” entre si, dificultando todo o processo de promoção do artista, como por exemplo, na geração de conteúdo, informações sobre comportamento, atendimento aos fãs, marketing digital etc. Com frequência, Kátia recorre a ferramentas estrangeiras.

Patrick Krauss, da DMusic, diz acreditar que um aplicativo que fornecesse uma informação em 'real time' e/ou atualizada diariamente facilitaria o processo e sem dúvida teria o interesse dos artistas.

6. FONTES DE DADOS

- 1) Promoção
 - Facebook / Instagram / Youtube / Twitter
- 2) Venda digital (serviços de streaming ou download)
 - Spotify, iTunes, Apple Music, Deezer, Napster, Tidal, Google Play
- 3) Rádio escuta
 - Crowley / Connectmix

7. OBTENÇÃO DOS DADOS

Facebook / Instagram / Youtube / Twitter - Só as principais informações diretamente na plataforma:

- Crescimento de fãs
- Numero de pessoas falando sobre
- Média ou número de ações (comentários, likes , compartilhamentos)
- Views totais do canal e dos últimos clipes

Das rádios (Crowley e Connectmix), estas empresas enviam diariamente um relatório sobre a música contratada. Estes serviços são pagos e caros. Toda gravadora e empresário/artista que toca em rádio comercial contrata esse tipo de serviço. A Crowley tem 580 clientes do setor musical. A empresa foi abordada sobre o assunto e se prontificou a colaborar com a viabilização de uma migração automática dos relatórios de seus clientes para a ferramenta a ser desenvolvida.

Dados do Spotify podem ser coletados pelo link da música e no <https://spotifycharts.com/regional> (caso o artista esteja entre os maiores)

8. APRESENTAÇÃO DO PROJETO

A ideia será apresentada durante o evento MUSIC TRENDS 2016 e deve conter:

- Objetivos e descrição geral
- Especificação geral de requisitos (casos de uso, ambiente operacional, captura de dados etc.)
- Opcional: uma prova de conceito (simulação)

9. CRITÉRIOS DE JULGAMENTO

- Banca: investidores e executivos do setor de música
- Avaliação com base na apresentação, criatividade e aderência aos requisitos da demanda acima.

10. O PRÊMIO

- Certificado
- Informações de contato de 500 clientes potenciais no Brasil