



MAKE ME
BELIEVE

Por: Oscar Oyanguren

Objetivos:

- Lanzar un proyecto musical independiente.
- Fomentar el crecimiento y reconocimiento del artista a través de medios digitales
- Promover la escucha de música independiente y diversa

Resumen del proyecto:

Lanzamiento de un nuevo single del artista. Este tendrá una duración de aprox. 4 minutos 5ls. Se llevará a cabo la grabación, plan de marketing, portada y un video lyric de la canción.

Artista elegido:
Oscar Oyanguren
EPK del artista



**PRE
PRODUCCIÓN**

Carpeta de preproducción:

- FODA
- Presupuesto
- Rider técnico
- Cronograma
- Plan de marketing

Sobre el single:

- Inspirada en Parachute de Sean Lennon
- Rock clásico
- Atmósfera de incertidumbre e inseguridad

Componentes a entregar:

- Portada de single
- Propuesta de distribución en agregadoras
- Plan de mercado de redes sociales
- Canción mezclada y masterizada
- Video lyric para subir a YouTube

SOBRE EL ARTISTA

Ambición: Oscar Oyanguren busca establecer una base de seguidores sólida a través de canciones más vulnerables, reales.



Visión: Llevar un mensaje positivo y diverso a su audiencia, demostrando que ni el amor ni la música son solamente para un tipo de persona.



¿Cómo se ve el artista en un año?

Oyanguren se ve compartiendo su vida con el público. Sacando un EP de tres canciones y regresando a los escenarios de manera más profesional en arenas más grandes.



MERCADO MUSICAL

Según datos de Deezer:

1. Rusia
 2. Reino Unido
 3. México
 4. Francia
 5. Los Países Bajos
 6. Alemania
 7. Estados Unidos
 8. Colombia
 9. Guatemala
 10. Brasil
- (2020)



REY PILA



The Chamanas



THE CHAMANAS



LITTLE JESUS



Los más escuchado por usuarios de servicios de música digital de entre 18 y 64 años en 10 países alrededor del mundo, de datos de: Statista Global Consumer Survey. (2021)

Playlists

- Rock Clásico
- 2000s Rock Essentials
- Rock en español
- 80s Rock Essentials
- Rock 2000
- Rock 90s
- Top 200
- Rock 50s
- Rock Hit: 1982
- Rock en Español 80s 90s 2000s
- Esenciales Rock México
- Rock Essentials
- Rock en español

Public Playlists

- Today's Top Hits
- RapCaviar
- Hot Country
- Viva Latino
- New Music Friday

PLAN DE MERCADOTÉCNIA

DEFINICIÓN DE AUDIENCIA



25-30
MILLENNIAL/GEN Z
STREAMING BAJO SUSCRIPCIÓN
ACTIVOS EN REDES SOCIALES
GUSTO POR CONCIERTOS Y FESTIVALES
BUSCA CONEXIÓN EMOCIONAL CON EL
CONTENIDO QUE CONSUME

OBJETIVOS DE CAMPAÑA

- AUMENTAR LA BASE DE OYENTES A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL NUEVO SINGLE EN UN 500%
- PROMOVER LA ESCUCHA DE MÚSICA INDEPENDIENTE Y DIVERSA
- AGRANDAR EL NÚMERO DE SEGUIDORES DEL ARTISTA EN SUS DIVERSAS PLATAFORMAS



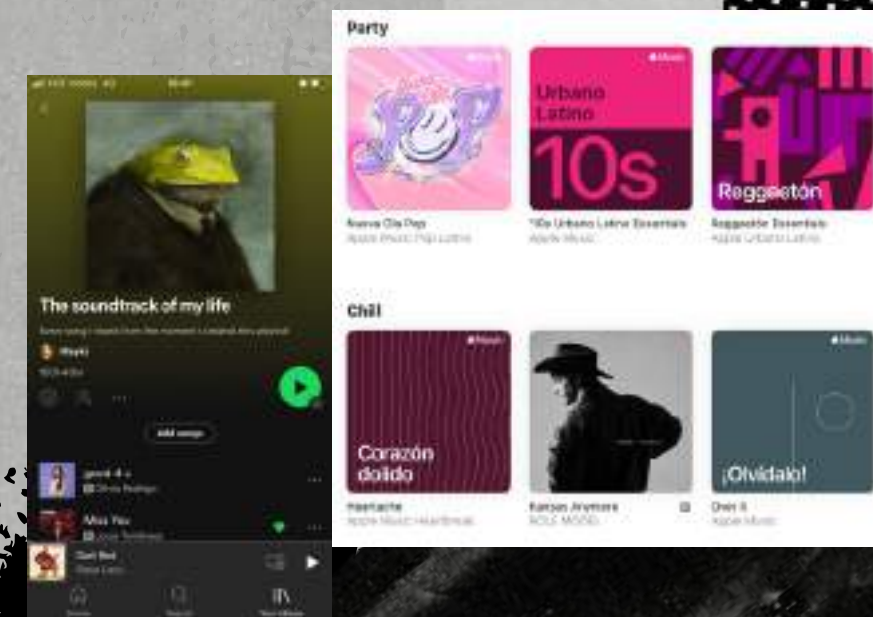
MATERIAL DE MARKETING

- AUMENTAR LA BASE DE OYENTES A TRAVÉS DE LA PROMOCIÓN DEL NUEVO SINGLE EN UN 500%
- PROMOVER LA ESCUCHA DE MÚSICA INDEPENDIENTE Y DIVERSA
- AGRANDAR EL NÚMERO DE SEGUIDORES DEL ARTISTA EN SUS DIVERSAS PLATAFORMAS

KPI



- REACH O ALCANCE: AUMENTAR EL NÚMERO DE PERSONAS QUE VEN LOS POSTS DEL ARTISTA, ASÍ COMO LA CANTIDAD QUE VISITA LOS DIVERSOS SITIOS WEB DEL ARTISTA.
- AVERAGE ENGAGEMENT RATIO: SE BUSCA EL AUMENTO DE LAS INTERACCIONES CON LAS PUBLICACIONES DEL ARTISTA, ASÍ COMO CON SU MÚSICA (COMENTAR, COMPARTIR, GUARDAR)
- CRECIMIENTO EN LISTAS DE REPRODUCCIÓN CURADAS Y PRIVADAS: SE BUSCA QUE EL NUEVO SINGLE "MAKE ME BELIEVE" SE AGREGADO A POR LO MENOS 5 PLAYLIST (1 PÚBLICA) CON EL OBJETIVO DE RETENER A MAS ESCUCHAS





HIPNOSIS

KING GIZZARD AND THE LIZARD WIZARD
UNKNOWN MORTAL ORCHESTRA · OM
DIIV · WOODEN SHJIPS
ALLAH · LAS · BOOGARINS
STONEFIELD · SAN PEDRO EL CORTEZ
BUILD A VISTA · SGT. PAPERS
 VISUALS OF THE MUSTACHIO LIGHT SHOW
 VISITAS · BAZAR · BONO FRUITS
06 DE OCTUBRE
 DEPORTIVO LOMAS ALTAS · COMA



1.2 k
 10.2 k
 22.5 k

CIRCUITO CONDESA-ROMA

Festival MARVIN

27-28-29 OCTUBRE 2022

PROPUESTA DE DISTRIBUIDORAS

DISTROKID



- A PESAR QUE SE PAGA UN PLAN ANUAL, TUS GANANCIAS SON TOTALMENTE TUYAS.
- DISTROKID ES UNA DE LAS MEJORES DISTRIBUIDORAS A NIVEL INTERNACIONAL POR LO QUE SE ESPECIALIZA EN DISTRIBUIR TU MÚSICA A TODAS LAS PARTES DEL MUNDO.

- ONErpm NO COBRA POR REGISTRARSE Y DISTRIBUIR SU CONTENIDO.
- COBRAN EL 15% DE LOS INGRESOS GENERADOS POR LAS REPRODUCCIONES, VISTAS Y DESCARGAS DE SU CONTENIDO.
- ESTA DISTRIBUIDORA REALIZA LA MISMA FUNCIÓN QUE DISTROKID.
- ES UNA DISTRIBUIDORA MEXICANA, POR LO QUE ES MÁS ACCESIBLE EN CONTACTARLOS.

tunecore

- UNA DE LAS COMPAÑÍAS DE DISTRIBUCIÓN DE MÚSICA MÁS ANTIGUAS, UN NOMBRE CONOCIDO, TUNECORE.
- RECONOCIDA POR SU MODELO DE NEGOCIO: TARIFA ANUAL POR SENCILLO / ÁLBUM.
- PARECE UN TRATO DIRECTO, CON ENTREGAS FÁCILES Y RÁPIDAS. COBRAN UNA COMISIÓN DEL 20% EN LA MONETIZACIÓN DE YOUTUBE LA MÚSICA DE YOUTUBE REPRESENTA UNA GRAN PARTE DE LAS REGALÍAS EN ESTOS DÍAS.
- TUNECORE ES UNO DE LOS POCOS SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN DE MÚSICA QUE SACARÁ TU MÚSICA OFFLINE. PAGAS POR LANZAMIENTO.

PRODUCCIÓN

Grabación de 2 días

Tres músicos tocaron

Lugar: Estudio D

Elementos grabados: batería, bajo, guitarra eléctrica y acústica, voces, shaker, sintetizadores, violines

Los micrófonos usados fueron U87, caja directas, SM57, WA-84, Telefunken para batería



13	Bajo	Outro	
14	Bajo	Outro	Grabada sin clic, pero s
15	Bajo	Outro	Se queda
16 (1)	GTR E	Canción a la mitad	No estuvo mal, se cortó arranque de diva
17 (2)	GTR E	Canción completa	Saturada
18 (3)	GTR E	Intro, verso 1 y verso 2	
19 (4)	GTR E	Intro, verso 1 y verso 2	Con la cola que vamos fondo.
20 (5)	GTR E	Intro, verso 1 y verso 2	Con la cola que vamos fondo.
21 (6)	GTR E	Intro, verso 1 y verso 2	Con la cola que vamos fondo. Tiene la mejor g la que menos satura
22 (7)	GTR E	Coro	
23 (8)	GTR E	Coro	La ganancia estuvo bie también
24 (9)	GTR E	Solo a Verso 4	All good
25 (10)	GTR E	Solo a Verso 4	
26 (11)	GTR E	Coro, puente [Las primeras dos van a	Aguda



POST PRODUCCIÓN



O

El compilado se enfocó en obtener las mejores tomas para que la edición no fuera tan complicada, al igual que el acomodo de todos los coros que se utilizaron.



Z

En la edición, la canción estuvo en 86 bpm en F# menor. Se acomodaron tanto baterías, como guitarras, tanto eléctricas y acústicas



En la mezcla se enfocó de unir de manera uniforme cada una de las tomas e instrumentos que se usan en la canción, al igual que automatizar paseos, ganancias o ecualizadores buscando destacar distintos elementos



La masterización buscamos tener un balance tonal parecido al rock clásico sin embargo con un sonido moderno para las nuevas generaciones. Se llevo a los -14 db



Decidimos hacer el video lyric ya que se trataba de un single. Una manera fácil para aproximarnos al público y puedan entender el mensaje el cual es esencial en las canciones.



MIEMBROS DE LA PRODUCCIÓN



ELISA OLVERA

Productora y
jefa de
grabación



ALEJANDRO VEGA

Productor y
contacto con el
artista



MARÍA JOSÉ DEL ÁNGEL

Productora y
encargada de
organización y
mercadotécnica



OSIRIS IXCHEL HERNÁNDEZ

Productora y
encargada de la
producción
visual.