

Продвижение
исполнителя.
Эрика Лундмоен.

Студенты СЗИУ РАНХиГС
Группы РСО 3-18-02
Абушаева Амина,
Вахрамеева Полина
Горелов Данила,
Доля Валерия,
Самончук Елизавета.



Видеоролик от нашей группы



Об исполнителе

День рождения: 21 сентября 1997 года

Место: Фагернес, Норвегия

В 6 лет Эрика переехала из Норвегии в Санкт-Петербург, в 11 - в Челябинск и через 3 года оказалась в Москве.

В детстве будущая певица прекрасно училась, занималась балетом, синхронным плаванием и играла на электрогитаре. Она не знала нотную грамоту и играла по сердцу, по чувствам и по Led Zeppelin.

В 16 лет Эрика Лундмоен поняла, что хочет стать артисткой. В то время она училась в эстрадно-джазовом колледже на Ордынке и уже записывала каверы под ником Erika Wild.

Эрика сама пишет тексты, не сильно любит коллаборации, не уважает плагиат и ненавидит быть похожей на кого-то.



Об исполнителе

ДИСКОГРАФИЯ

«Источник» — дебют, много этноса, демонстрация всей себя и своего голоса. «Источник» — дебют, много этноса, демонстрация всей себя и своего голоса.

«22» — удар меланхолии, погружение в сказку, фит с Everthe8. «Интродукция» с «Интерлюдией».



Apple Music Войти



Источник
Эрика Лундмоен

▶ ВОСПРОИЗВЕСТИ

Песен: 11

- 1 Интро +
- 2 Крыльями +
- 3 Коса на камень (feat. Мальбэк) +
- 4 Вспоминайте +
- 5 Гроза +
- 6 Шилы +
- 7 Кривые зеркала +
- 8 В эфире

Apple Music Войти



22
Эрика Лундмоен

▶ ВОСПРОИЗВЕСТИ

Песен: 13

- 1 Интродукция +
- 2 Милая +
- 3 Смотри на меня +
- 4 Мой друг +
- 5 Как глупо (feat. Everthe8) +
- 6 Любовь - тупое чувство +
- 7 Взгляды +



Стиль и образ

Жанр: хип-хоп, нео-поп

Фирменные фишки:

- необычный мощный голос;
- она любит делать все сама;
- родилась в Норвегии;
- топит за этнос;
- дружит с группой «Мальбэк» и вместе с ней создает и творит.

В основном она поет про любовь и успокаивает себя.

В каждый трек Лундмоен вкладывает смысл и частичку своей биографии, а не создает песни из воздуха.



«Любовь — тупое чувство»

«Эту песню я написала два года назад, когда пришла домой очень расстроенная и очень пьяная. Я взяла диктофон и гитару, легла на пол и стала бормотать себе под нос: «Любовь — тупое чувство». Так и появился трек.»

Целевая аудитория

Пол: преимущественно женский

Возраст: 20-30 лет

Национальность: не имеет значение

Семейное положение: не имеет значение

Образование: среднее, высшее

Страна: Российская Федерация и страны СНГ

Интересы: знаменитости, музыканты, хип-хоп, этническая музыка

Референтная группа и кумиры:
Мальбек, Скриптонит, MANIZHA



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Instagram

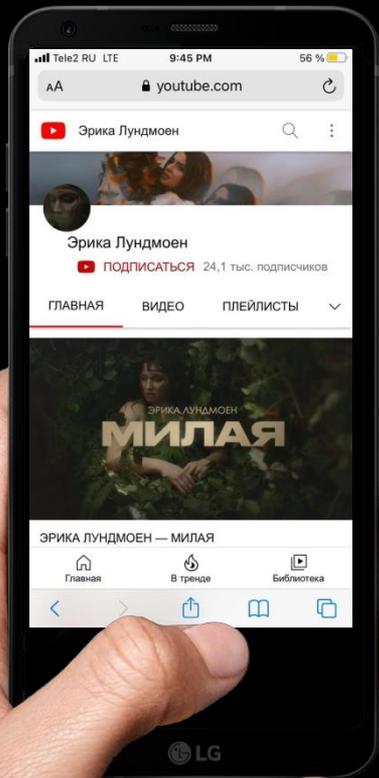


- Количество подписчиков: 101 тыс.
- Верифицированный профиль;
- Есть highlights по разным темам;
- Ежедневные stories.

Ссылка: <https://www.instagram.com/erikalundmoen/>

YouTube

- Количество подписчиков: 24,1 тыс.
- Клипы;
- Live-выступления;



Ссылка: <https://www.youtube.com/channel/UCXzppLWjwULb6VWuI99jv-A>

Spotify

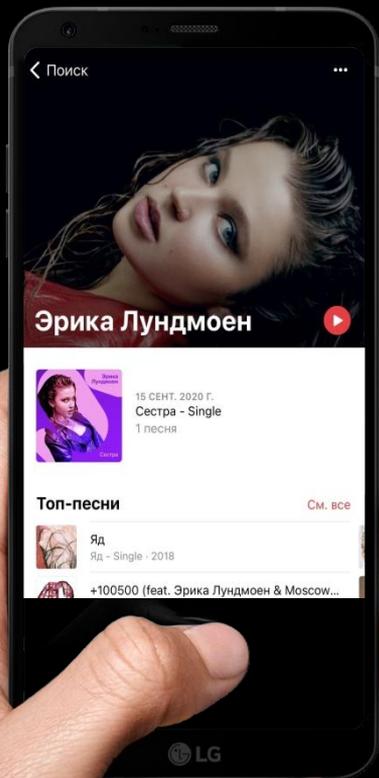
215 616 слушателей за месяц.



Ссылка:

https://open.spotify.com/artist/2uBR4Yh27WB4rn7t3c4uCX?si=7MS8YzEsQ_m6Xn2YJYgFrg&utm_source=copy-link&nd=1

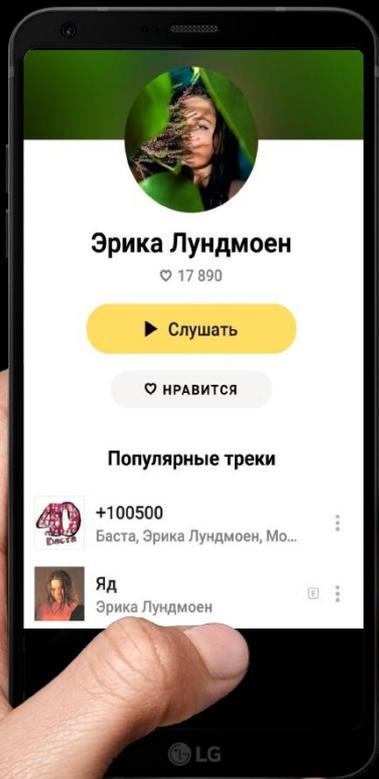
Apple Music



Ссылка: <https://music.apple.com/ru/artist/эрика-лундмоен/1171301147>

Яндекс Музыка

17 890 лайков.



Ссылка: <https://music.yandex.ru/artist/4709442>

Вывод по социальным сетям:

- Есть на всех музыкальных платформах;
- Есть официальные страницы в социальных сетях и наполнение их контентом

НО!

- Нет сегментирования по социальным сетям (однотипные посты);
- Нет SMM-стратегии;
- Слабое взаимодействие с аудиторией.

Упомянутая в СМИ

Анализ упоминаний в СМИ

Период: 3 месяца (февраль-апрель 2021)

Тематические блоки:

- Трибьют-альбом ко дню памяти Анны Ахматовой «Я - голос ваш» - положительная тональность;
- Афиша концертов – нейтральная тональность;
- Упоминания в статьях – нейтральная тональность;
- Интервью – положительная тональность.

Статьи

«Я — голос ваш»: ВКонтакте представляет трибьют-альбом ко дню памяти Анны Ахматовой

В записи приняли участие Полина Гагарина, Лолита и другие артистки.



Комментарии



Поделиться



Покровилось



Рецензия: трибьют Анне Ахматовой «Я - голос ваш»

13.03.2021 19:21 Музыка Рубрика: Рецензии и обзоры 16+ ...



Я — ГОЛОС ВАШ

2021, «ВКонтакте», Первое музыкальное

Оценка: 7,5 из 10.

Мне очень понравилось, что у проекта не было никакого превью и предупреждающей рекламной кампании. Просто в день памяти Анны Ахматовой пришла ссылка на прослушивание готового продукта - сборника песен на стихи поэтессы «Я — голос ваш» в исполнении десяти известных российских певиц. То есть нас не завлекли рассказами о будущем трибьют, не запускали краудфандинговые кампании, не рассказывали о том, что получилось и не получилось, не гордились заранее своей идеей и не переносили релиз на более поздний срок в связи с разгильдяйством участников. Как это нередко бывает с другими трибьютами. Здесь же вся подготовительная работа осталась за кадром, и слушателю сразу показали финальный результат.

Слушатель немного опешил, глядя в трек-лист, потому что - ну как такое возможно, чтобы IOWA, Елена Темникова и Лолита Милявская пели на стихи Ахматовой? Где Ахматова и где попса? Если мысленно положить поэзию Анны Андреевны на музыку, получится скорее благородный романс, чем поп-шлягер. Однако участницы трибьют, будто бы решили доказать, что «текста» Ахматовой вполне вписываются в современные жанры, и у них это даже получилось.

Ксения Горячева приняла участие в шоу на ТНТ «Танцы» (16+) и вновь покорила своим выступлением жюри и зрителей. Новый выпуск вышел 20 марта.

Ксения вместе с партнёром по танцам Егором Гуфрановым исполнила танец в стиле контемпорари под композицию «Милая» Эрики Лундмоен. Зрители и жюри были в восторге.

«Я очень давно ждала такую девочку. Чтобы она танцевала, и мне не хотелось ничего изменить, а я только восхищалась. Рада, что ты со мной», – прокомментировала наставница девушки Татьяна Денисова.

Сергей Лазарев, приглашённый член жюри, и наставник команды соперников Мигель отдельно отметили Ксению и её мастерство. Даже Эрика Лундмоен, на чью песню была поставлен танец, прокомментировала в своём Instagram, как точно танцоры попали в настроение песни.

«Спасибо команде за возможность делиться такой красотой на сцене», — написала сама Ксения в своём Instagram.

Напомним, в первом выпуске шоу Ксения также **покорила жюри** парным танцем с Юлианой Бухольц.

Ссылки на статьи:

1. <https://www.vokrug.tv/article/show/16149505651/>
2. <https://www.intermedia.ru/news/356338>
3. <https://pravda-nn.ru/news/nizhegorodka-kseniya-goryacheva-pokorila-sudej-na-shou-tantsy/>

Статьи



Ссылки на статьи:

1. <https://ura.news/articles/1036282008>
2. https://momenty.org/advice/10339?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https:%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

Статьи

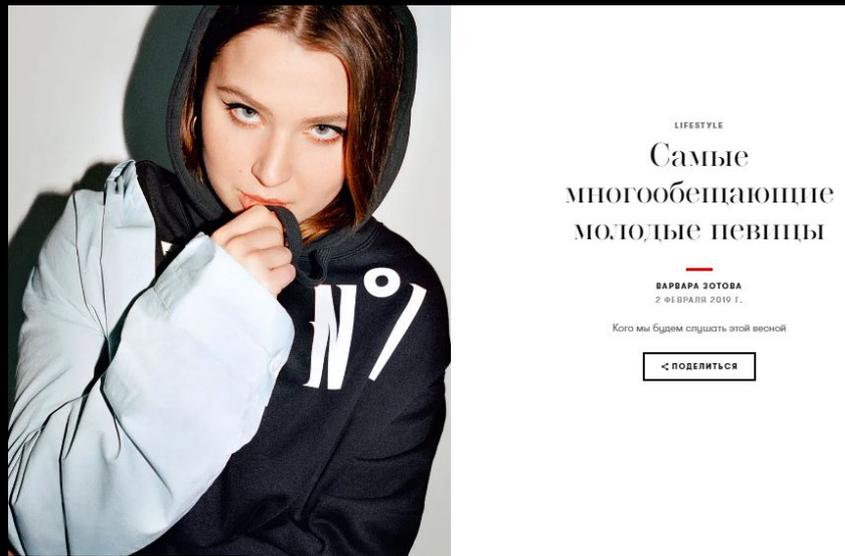
Сервис Deezer запустил к 8 марта проект в поддержку артисток

Добавить в «Мою Ленту»



Фото: Deezer

В преддверии 8 марта стриминговый сервис Deezer запустил проект Women's Voices в поддержку артисток. Об этом сообщается в пресс-релизе, поступившем в редакцию «Ленты.ру».



Ссылки на статьи:

1. <https://lenta.ru/news/2021/03/05/deezer/>
2. https://www.voque.ru/peopleparties/news/samye_mnogoobeschayuschie_molodye_pevicy

Интервью

«ЭРИКА ЛУНДМОЕН – дуэт с Бастой, детство в Норвегии, опыт знакомства в сети»



Ссылка на интервью: <https://www.youtube.com/watch?v=tf03qyurJNQ>

Вывод по упоминаниям в СМИ:

В целом, большая часть статей, в которых мелькает исполнитель, имеет **нейтральную тональность**. Никакого внимания, таким образом, исполнитель не привлекает, потому что теряется в общем количестве более известных исполнителей, которые фигурируют в тексте.

Следовательно, **нужно**:

- 1) Создать инфоповоды, чтобы исполнитель фигурировал в заголовке, или был в статье одной из главных фигур;
- 2) Вести более активную деятельность со СМИ, больше интервью.

Продвижение

1. Релиз песни

Релиз песни «Луна» - 7 мая 2021 г.

Публикация песни на музыкальных платформах Apple Music, Spotify, Яндекс Музыка и продажа в iTunes Store.

Направить 30% от продаж в благотворительный фонд «Детские сердца»*.



*Благотворительный Фонд «Детские сердца» осуществляет адресную помощь детям с врожденными заболеваниями сердца от 0 до 18 лет.

1. Релиз песни

Зачем это нужно?

Таким образом мы привлечем внимание СМИ, так как релиз песни и благотворительность со стороны исполнителя служит хорошим инфоповодом.



2. Работа со СМИ

1. Интервью с журналом Elle Girl

Elle Girl – подростковый журнал про стиль, новости кино, шоу-бизнеса, жизнь звезд, личные отношения и их перспективы.

Зачем нам это?

Целевая аудитория журнала является целевой аудиторией нашего исполнителя. Таким образом мы сможем привлечь внимание к Эрике.

The logo for 'ELLE girl' is displayed in white on a black background. The word 'ELLE' is in a tall, condensed, uppercase sans-serif font. Below it, the word 'girl' is in a lowercase, rounded, sans-serif font. The 'g' in 'girl' is particularly large and has a thick, rounded bottom curve.

2. Работа со СМИ

2. Рубрика «Ответы на вопросы о себе из Интернета» от журнала Glamour на их официальном YouTube-канале.

Данное интервью поможет аудитории познакомиться с исполнительницей, а также заинтересовать потенциальную.



Образец обложки рубрики

2. Работа со СМИ

3. Интервью с YouTube-каналом «Вписка»

Формат канала «Вписка» – интервью, в котором ведущие расспрашивают гостя о его жизни с самого детства до сегодняшнего дня, а также разбирают его будущие релизы и планы на творчество.

Зачем нам это нужно?

Привлечение потенциальной аудитории + знакомство с исполнителем.



ВПИСКА

2. Работа со СМИ

4. Видео «Узнать за 10 секунд» с каналом «АФИША»

Данный формат поможет с рекламой релиза песни «Луна».



2. Работа со СМИ

5. Участие в шоу «Петя любит выпить» + презентация новой песни «Луна»

«Петя любит выпить» – шоу в формате непринужденного интервью.

Зачем нам это?

ЦА шоу – ЦА исполнителя.



3. Реклама

1. Реклама в социальной сети Вконтакте (новостная лента)

Создание записи

Эрика Лундмоен
Рекламная запись

Любитель музыки, советую тебе оценить атмосферу нового клипа Эрики [Лундмоен](#) на песню «Милая». Окупись в атмосферу эстетики и невероятного голоса.



ЭРИКА ЛУНДМОЕН
МИЛАЯ
3:18

Подпись

Запись будет отображаться только в рекламном объявлении и не будет видна на стене сообщества или в новостной ленте подписчиков. Также запись станет доступна по прямой ссылке начиная с первого показа объявления.

Отмена **Создать**

Создание записи

Эрика Лундмоен
Рекламная запись

Привет, любитель музыки, это Эрика [Лундмоен](#). Слушай мой новый трек «Милая».



Эрика Лундмоен — Милая 1:36

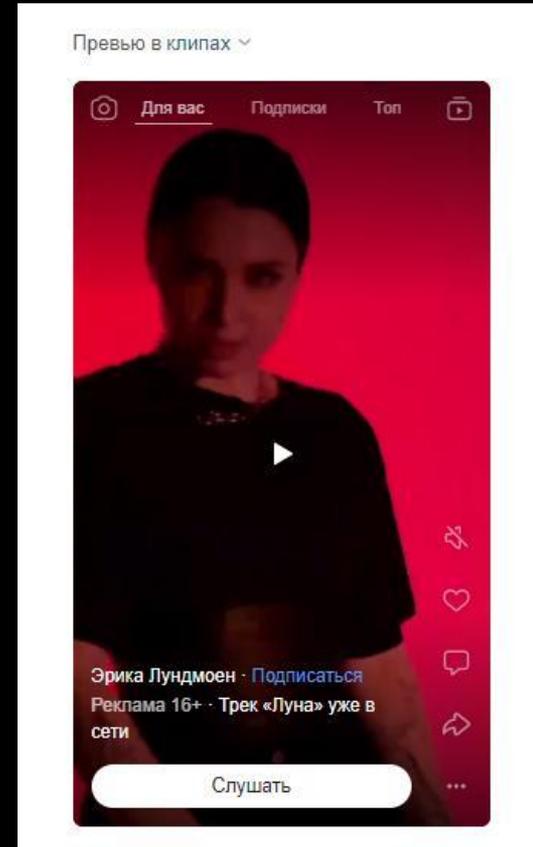
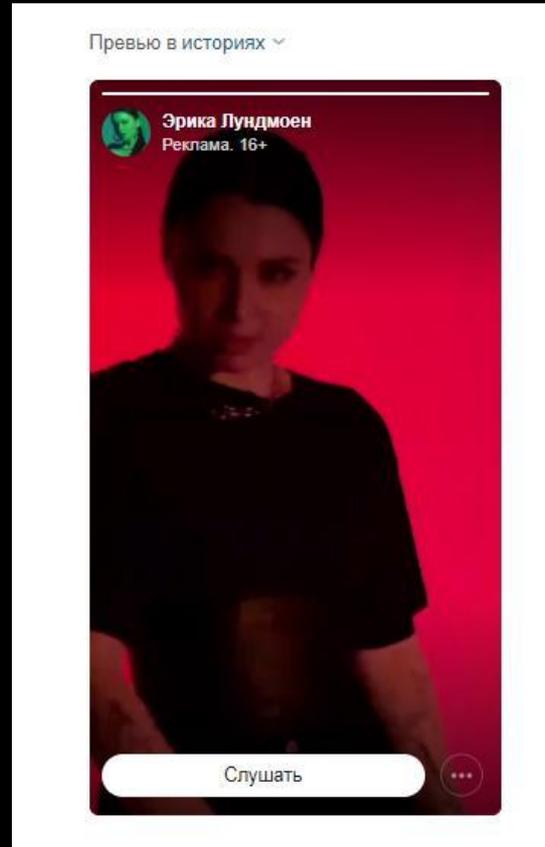
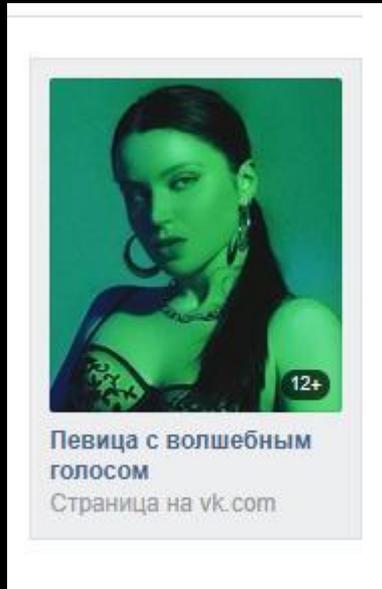
Подпись

Запись будет отображаться только в рекламном объявлении и не будет видна на стене сообщества или в новостной ленте подписчиков. Также запись станет доступна по прямой ссылке начиная с первого показа объявления.

Отмена **Создать**

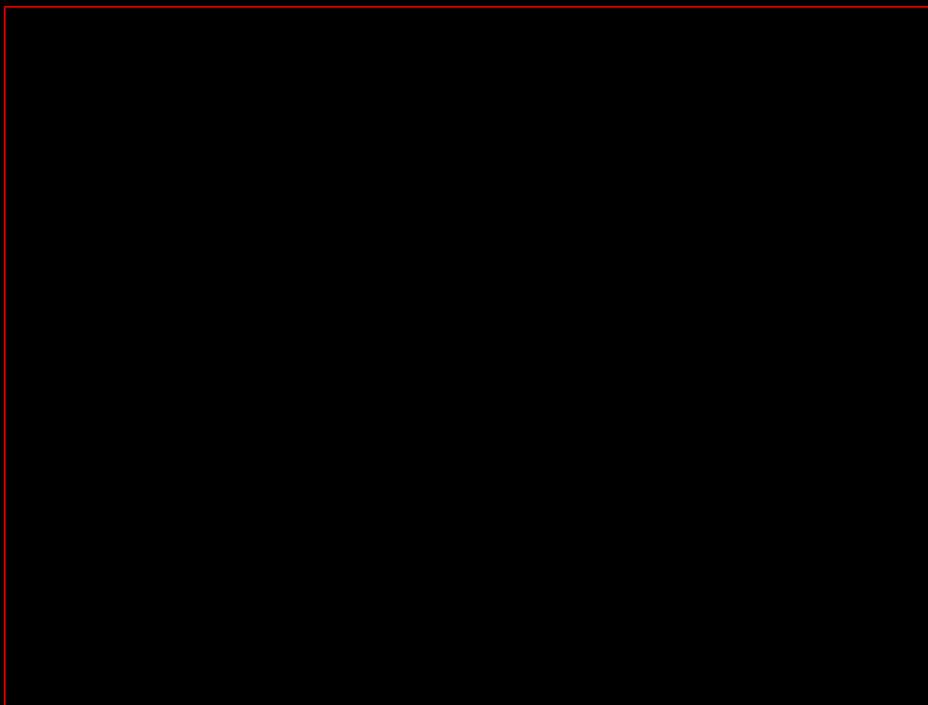
3. Реклама

1. Реклама в социальной сети Вконтакте (истории, клипы, таргет)



3. Реклама

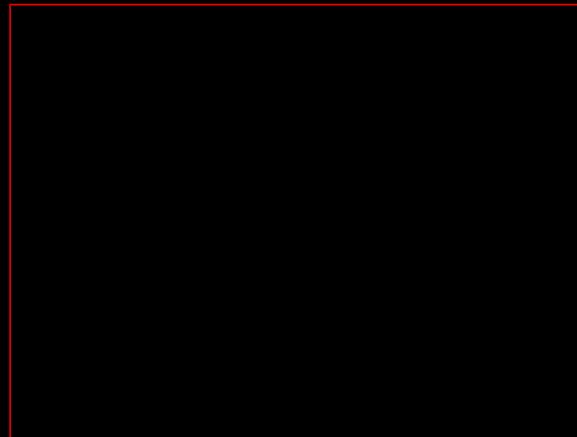
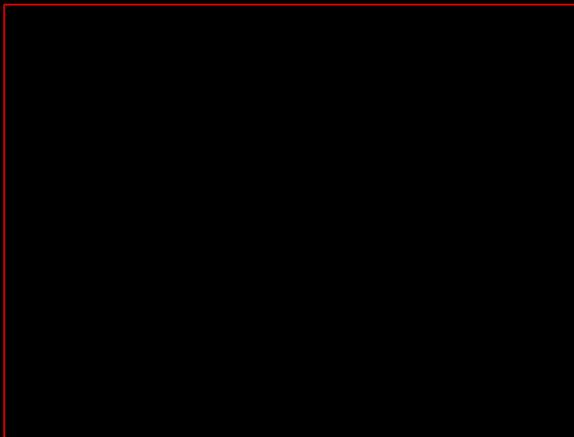
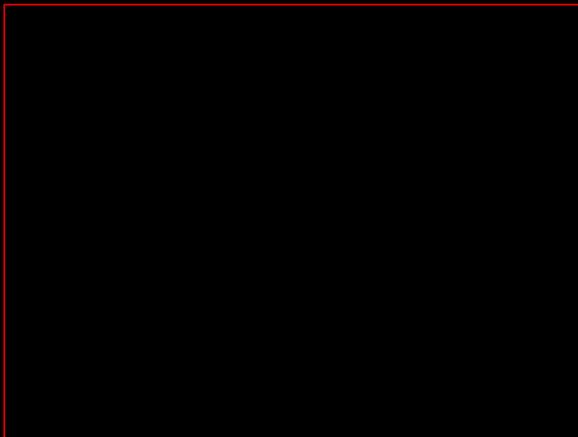
1. Реклама в социальной сети Instagram



3. Реклама

1. Реклама в социальной сети TikTok
(заказ видео у небольших блогеров, танцы под трек «Луна», чтобы он завирусился)

Примеры видео под уже завирусившийся трек Эрики Лундмоен «Яд»:



4. Мерч

Магазин молодежной одежды Bershka решил поддержать молодых исполнителей и музыкантов и выпустит **коллаборацию** с Эрикой Лундмоен в предверии выхода ее нового трека «ЛУНА».

Вы сможете приобрести маски, футболки, свитшоты и шопперы с оригинальным принтом.

Ценовое позиционирование:

- ☐ Маска - 450 р.
- ☐ Шоппер - 980 р.
- ☐ Футболки - 1500 р.
- ☐ свитшот - 2300 р.



4. Мерч

Маски

Возможны продажи на концертных площадках



4. Мерч

Футболки



4. Мерч

СВИТШОТЫ



4. Мерч

Шопперы



4. Мероприятия

1. Esquire Weekend

Esquire Weekend — полноценный медиафестиваль в интерактивном формате. Каждая зона фестиваля отвечает рубрике журнала и дает читателю представление о том, как развиваются современные индустрии: музыка, кино, театр, литература, политика, технологии, автомобили, одежда, гастрономия.

От камерных концертов и DJ-сетов музыкальная программа Esquire Weekend выросла до сцены с полноценным фестивальным лайнапом. Современные российские артисты выступят в разных жанрах и площадках фестиваля, презентуя свои новые релизы.



4. Мероприятия

Зачем нам это?

Люди приходят на лайв-выступления, чтобы, во-первых, получить эмоции от прямого контакта с музыкантом. Любой концерт – обмен эмоциями между зрителями и исполнителем. Это очень важно – ведь на концертах происходит такая обоюдная «подзарядка».

Во-вторых, часто это важно и для исполнителя, так как зрители будут делиться своими эмоциями в социальных сетях, тем самым, повышая внимание и узнаваемость артиста в медиа.



4. Мероприятия

2. Концерт для начинающих исполнителей вместе с Bershka

50% от выручки с мерча направить на организацию концерта начинающих исполнителей.

Зачем нам это?

Является инфоповодом для СМИ.



Примерная смета

Таргетированная реклама в Вконтакте (30 мая – 15 апреля) – 15 000 рублей

Таргетированная реклама в Instagram (30 мая – 15 апреля) – 15 000 рублей

Фотосессии (3x3000 руб) – 9000 рублей

Иные расходы (плата за использование микрофонов, грузовиков, тентов, стульев, зонтов и т.д.) – 30 000 руб.

Итого: 69 000 руб.

Спасибо за внимание!