

# MILLER MUSIC FACTORY 2009

DP Ajansı: Think Organisation & Marketing  
Strategiya

Marka : MILLER

Kategori : E-4 YARIŞMALAR VE FESTİVALER

## BRIEF:

6 sa düzenlenen ve DJ, Elektronik, Dance, Alt, Rock, Hip Hop ve Cover kategorilerinden oluşan Türkiye'nin en kapsamlı, genç yeteneklerin en çok güvendiği müzik yarışmasına müzige ilgi duyan ve ilgilenen herkesin katılımına sağlamak,markanın müzige yaptığı yatırımın bilirliliğini artırmak.

## STRATEJİ:

www.millermusicworld.com sitesi ve sosyal medya ile genç hedef kitleye daha geniş bir kapsamda ulaşım hedeflenmiştir. Online ve offline alanlarda yapılan tanıtımlarla genç yeteneklere ulaşımın, finale kalan yarışmacıların workshop'larla ve canlı müzisyenlerin konseri programları için olacak yarışmalar. Final yarışmasında Miller Festivali ve Müzik Gölü festivali otellerinde yaratılmış sahne fırsatları ile de doruğa giren yeteneklerin kendilerini daha geniş kitlelere tanıtmalarını sağlamak.

## UYGULAMA:

Yarışmaya katılımı artırmak için kent meydanları, horeca ve müzik dükkanları ile üniversitelerde posterleme,afişler ve 2-card broşürlerde aktiviteyi gerçekleştirildi. Yarışmacılara web sayfası üzerinde kendi sayfa larını oluşturularak eserlerini sayfa Oyalarına dinletme, oy toplama ve community yaratma fırsatı sunuldu. Üniversitelerde ekibimiz yarışma hakkında bilgi vererek stande modelde konuşerek ile yarışma sayfasına üye olunmasını, yarışmacı eserlerin dinlenmesini ve oy verilmesini sağlandı. Ayrıca çeşitli oyunlar ile tüketicihin atında işleri artırmak. Her kategoriden finalis kalan 50 yarışmacının 5 ortağımız Desamo FM'nin katkısıyla ile 5 günlük workshoplara katılmaları ve bu süre içinde, jüri üyeleri ve müzik sektöründen önemli kişiler ile yarışma ve sektör hakkında bilgi alma imkanı sağlandı. Workshoplar yarışmanın facebook sayfasından fotoğraflar ve videolar ile canlı olarak yayınlandı. Yarışmanın final gecesinde yaklaşık 1.500 kişiye genç yetenekler performansı gösterildi.

## SONUÇ:

Tanımlılarda 24.570 kişiyle doğrudan ulaşıldı. 3.142.000 kişilik gündelik edileme oldu. Yarışmaya katılan müzisyen oranında 2008'e göre % 53'e, dinleye ulaştırılan parça sayısında %27'lik artış sağlandı.

