

1. válaszadó: Budapesti kulturális tér-koncert helyszín produkció vezetője

0. Kérlek röviden írd le, milyen tevékenység(ek)et végzel és milyen szervezet(ek)nek! (Erre a kategorizáláshoz van szükségem, kérdésedre nem tüntetem fel ezeket)

Elsősorban, produkció vezetőként, ami itt programszervezést, pályázatírást és a hely meg a stáb napi menedzsmentjét jelenti. Vannak fesztivál színpadjaink is, azt is én szervezem, meg alkalmanként dolgozom más fesztiválokban is, szintén zenei szervezőként. Illetve egyéb rendezvények is előfordulnak, mind kulturális.

1. Milyen tényezőket veszel figyelembe, amikor koncertet kötsz le egy zenekarnak? Hogyan

illeszkednek ebbe a folyamatba a kis vagy feltörekvő zenekarok?

A zenekar ismertsége, az én szubjektív véleményem a minőségről és ezekhez képest a gázsi nagysága. Ár-érték arány, magyarul. Feltörekvő zenekaroknál csak azt nézem, hogy szerintem mennyire minőségi, amit csinálnak, illetve h az adott helyszín/fesztivál programjába hogyan illeszkedik bele. Tudom-e valaki elé betenni, hogy néző is legyen rajta.

2. Milyen kihívásokkal szembesülsz, amikor kis előadókkal dolgozol? Ezek a kihívások

befolyásolják a kis előadók számát, akiket le tudtok foglalni?

Nagyon nehéz közönséget bevonítani ezekre, épp ezért nagyon nehéz a finanszírozásuk. Nagyobb marketing kampánnyal is kevesebb néző jön be rájuk. Pénzügyileg nehéz ez az egész főleg, ettől függetlenül, nálunk rendszeresen vannak sorozatok kis előadóknak, keresem a feltörekvőket, előzenekarként, vagy valami kevésbé jó napra (pl csütörtök). Nehézség még, hogy ezek az előadók gyakran teljesen amatőrök, nincsen normális anyaguk magukról, nem aktívak a közösségi médiában, nem tudják még a baráti körüket sem megmozgatni.

3. Tapasztalataid szerint a marketing erőfeszítések (közösségi média aktivitás, rajongói

elkötelezettség) hogyan befolyásolják a döntésedet, hogy egy kis előadó koncertjét

lefoglalod-e?

Kevesbé. Elsősorban a minőséget nézem.

4. Milyen szerepet látsz a digitális marketingnek abban, hogy a kis előadók növeljék

ismertségüket és több fellépést biztosítsanak maguknak?

Nagyon fontos lenne, hogy aktívan használják a közösségi médiákat és ezáltal be tudják vonzani a közönségüket.

5. Egy általad/helyszín által lefoglalt koncert promótálása jellemzően kinek a feladata? Milyen eszközökkel tesztetk ezt, vagy milyen elvárás(oka)t támasztotok az előadók felé, ha van(nak) ilyen(ek)?

Jellemzően van erre közösségi médiás / marketinges / sajtós kolléga. Kis mértékben még mindig használjuk a hagyományos, nyomtatott marketinget - beltéri plakátok, műsorfüzet, de alapvetően online. Főképp fb és insta, kiemelt koncerteknél google kampány is. Az előadók felé az az elvárás, hogy vegyék át az eseményeket és saját felületeiket többször osszák is meg. (ez gyakran nem történik meg, vagy könnyörögni kell érte). Ideális az lenne, ha valamennyi hirdetést ők is tennének rá.