

Studiematerial

Marknadsför din musik

Tips på hur man når ut med sitt band
och gör ett elektroniskt presskit

Innehåll

Inledning.....	sid 3
Vad är ett elektroniskt presskit?.....	sid 4
Bilder.....	sid 5
Logga	sid 6
Presentationstext	sid 7
Presentationstext: Text till arrangörer.....	sid 8
Presentationstext: Publik text.....	sid 10
Länkar och sociala medier	sid 11
Teknisk rider och stageplot.....	sid 13
Paketering.....	sid 14
Att göra-lista: elektroniskt presskit	sid 14

Hur marknadsför vi vår musik?

– ett inspirerande studiematerial utan facit

Oavsett om du och ditt band gör världens bästa musik kommer ni inte att ta er utanför replokalen eller studion om ni inte lägger ner tid och energi på marknadsföring.

Det här studiematerialet är framtaget i syfte att hjälpa er grupp att utvecklas genom att ge råd och tips om marknadsföring. Innehållet utgår från vad ett EPK (elektroniskt presskit) bör innehålla, och går igenom de enskilda delarna steg för steg. Ett elektroniskt presskit är ett bra och professionellt sätt för band och artister att presentera sig för arrangörer, medier och publik på.

Studiematerialet baseras på författarens egna erfarenheter och åsikter, och man behöver därför inte hålla med innehållet. Det viktiga är att ni som band tänker och resonerar kring de frågeställningar och rubriker som dyker upp.

Tveka inte att vända er till Studiefremjandet om ni behöver stöd och hjälp för att komma vidare med någon av delarna. Vi kan allt som oftast bistå med lån av utrustning och lokal eller förmedla kontakter.

Materialet är skrivet av:

PATRIK NILSSON

Verksamhetsutvecklare

Studiefremjandet Skåne-Blekinge

April 2020

Författare: Patrik Nilsson

Grafisk form: Anna Lillkung

Foto: Mostphotos och arkiv
studiefremjandet.se

Vad är ett elektroniskt presskit?

Ett elektroniskt presskit (EPK) är ett bra och professionellt sätt för band och artister att presentera sig för arrangörer, medier och publik på.

Ett EPK innehåller en mängd olika marknadsföringsmaterial som ger information om dig som artist eller om er som band. Det är sedan enkelt att använda presskitet när man vill marknadsföra nya låtsläpp eller spelningar.

Ett elektroniskt presskit bör innehålla

- bilder
- logga
- presentationstext riktad till arrangör, med biografi och referenser

- presentationstext riktad till medier och publik
- låt/videolänkar och länkar till sociala medier
- teknisk specifikation.

I det här studiematerialet får du och ditt band praktiska tips och inspiration om varje del som presskitet vanligtvis innehåller. Innan ni sätter igång kan det vara bra att diskutera inom bandet hur ni vill presentera er själva och hur ni vill bli uppfattade av publik och arrangörer.

Den tid som ni lägger ner på att arbeta med studiematerialet och skapandet av ert egna elektroniska presskit kan ni rapportera som studietimmar till Studieförbundet inom ramen för er studiecirkel (se Tips nedan).

Tips innan ni kör igång:

Arbetet med det här studiematerialet kan med fördel genomföras och rapporteras till Studieförbundet som en studiecirkel, endera som en del av er befintliga musikcirkel eller som en egen studiecirkel. Då gäller Studieförbundets regler för studiecirkel:

- **En studiecirkel måste ha minst 3 deltagare som är över 13 år**
- **Studiecirkeln måste ha minst 3 träffar (som omfattar minst 9 studietimmar totalt)**
- **Varje deltagare måste närvara vid någon av de 3 första träffarna**

Kom ihåg att ha ett demokratiskt förhållningssätt när ni arbetar med materialet. Det innebär att alla får komma till tals och känna sig delaktiga i arbetet.

Bilder

Bilder är en viktig del av ert elektroniska presskit. Bilder kan användas i de egna marknadsföringskanalerna (sociala medier, hemsida), men också externt, exempelvis av journalister i media och av arrangörer som marknadsför ett evenemang.

Olika sorts bilder

Ert EPK bör innehålla flera olika bilder så att de finns tillgängliga för många olika ändamål.

Här är de viktigaste exemplen:

- bilder i både liggande och stående format
- bild med mycket luft så att det finns plats för text och/eller logga i bilden
- bild som gör sig bra på sociala medier
- bilder i både färg och svartvitt.

Ni kan mycket väl klara er på två olika bilder om dessa tillsammans checkar i alla boxar ovan.

Innan fotograferingen

Innan ni tar bilder bör ni ha pratat ihop er inom bandet så att alla är med på vad som gäller kring klädsel och plats på fotodagen. Ni vet bättre än fotografen vad ni vill förmedla så ni måste komma med förslag.

Har ni ingen bra idé eller uttänkt plats för fotograferingen kan ni alltid ta bilder i replokalen medan ni spelar. Där är ni förmodligen som mest avslappnade och naturliga.

I dag går det att ta fullgoda bilder för ändamålet med en vanlig mobil, men kanske är det klokt att låta någon med lite bättre utrustning och kunskap göra det åt er. Sedan är det viktigt att alltid uppge fotografens namn när bilden används.

Efter fotograferingen

Era utvalda bilder ska alltid finnas i såväl högupplöst som lågupplöst variant. Givetvis ska ni inte proppa igen mottagarens mailbox, utan det bästa är att ha en hemsida som ni länkar till där allt finns för nedladdning. Alternativet är att ni har de högupplösta bilderna i en dropbox som ni länkar till när det efterfrågas.

Bilder i sociala medier

Kolla upp vilka mått som gäller för banners och omslagsbilder på exempelvis Facebook och inte minst Spotify.

Ni kan redigera bilderna utifrån de rätta måtten, eller be er fotograf att göra det.



Logga

I vissa genrer är det viktigare med logga än det är i andra. Fördelen med en logga är att många festivaler eller arrangemang med flera akter gör en samlingsaffisch där de lägger upp alla bandets loggor. Då har ni möjlighet att bli synliga om ni har en effektiv logga.

Enkel logotyp

Om ni bestämmer er för att ha en logga, men inte vill lägga dyra pengar på att en grafisk designer ska ta fram en åt er, kan ni göra det enkelt.

Ni kan exempelvis välja ett typsnitt som känns representativt för er och er musik. Ett rent typsnitt kan nämligen vara minst lika effektivt som en detaljerad symbol.

Gör logotypen i två varianter: en som fungerar mot en ljus bakgrund och en som fungerar mot en mörk bakgrund (se exemplet med Musikakuten-logotypen nedan). Se till att logotypen också kan laddas ner på er hemsida.

Exempel på logotyper på en affisch:



Exempel på logotypvariationer:

MUSIKAKUTEN

Studiefrämjandets undervarumärke Musikakuten använder sig av en logga som utgår från ett enkelt typsnitt och två olika färger.

MUSIKAKUTEN

Logotypen finns i negativ variant som kan användas mot mörk bakgrund.

MUSIKAKUTEN

Logotypen finns även i positiv variant (helsvart) ifall standardlogotypen med grönt inte fungerar.

Presentationstext

Utöver själva musiken är presentationstexten kanske det viktigaste verktyget för att få spelningar och publik. Det är inte helt ovanligt att en person kommer att läsa om er innan de kommer att höra er. Då är det viktigt att ni ger ett positivt intryck redan från början.

Vad är en presentationstext?

Det är viktigt att inte blanda ihop en biografi med en presentationstext. En biografi är något som ni bör skriva och lägga i exempelvis Facebooks "Om"-sektion. Här berättar ni er historia, inklusive hur ni startade och vad ni har åstadkommit under er tid som band.

Presentationstexter fokuserar däremot på var ni befinner er just nu och vart ni är på väg. Det finns två olika sorters presentationstexter:

- text till arrangörer, vars syfte är att få arrangörer att lyssna på er och sedan boka er
- publik text, vars syfte är att berätta för en potentiell publik varför de ska lyssna på er.

Allmänt att tänka på

Det är bra om alla i bandet är delaktiga i att bestämma vad det är ni vill få sagt, men för att få ett bra flyt i språket och en sammanhängande text brukar det vara bäst om en person skriver ner allt.

Det kan också ibland vara bra att ta in en "utomstående" person som får skriva ihop texten utifrån vad ni berättar.

När ni har skrivit klart texten, kolla igenom igen så att allt är rättstavat och välformulerat.



Presentationstext: Text till arrangörer

Text till arrangörer

Texten som skickas ut till arrangörer har som mål att presentera er så att den som läser sedan vill lyssna på er. En arrangör kan läsa sig till om ni uppnår eventuella kriterier de satt för band som de vill ha på sina arrangemang.

Om ni inte riktar er till en utländsk publik, skriv på svenska. Däremot kan det vara bra att ha en förberedd engelsk text ifall ni ska söka spelningar eller på annat sätt presenteras utomlands.

Texten ska svara på följande frågor:

- **Var kommer ni ifrån?**
- **Hur länge har ni funnits?**
- **Hur många är ni och vad spelar ni för instrument?** (Kan med fördel göras i punktform).



• Vilken typ av musik spelar ni?

Beskriv musiken genom att ange en genre och/eller namnge andra band som står er nära genre-mässigt. Att placera sig i en genre kan upplevas som begränsande för ett band, men är ack så praktiskt för en arrangör.

Var ärliga och övergripande när ni beskriver musiken. Även om ni har baktakt i en vers ska ni inte skriva att ni spelar reggae. Ni vill ju inte bara locka folk till en spelning utan även få dem att gå därifrån med en så positiv upplevelse att de berättar om det för andra.

Power-thrash-döds-speed-rocknroll-heavy metal är heller ingen genre. Den typen av beskrivningar tenderar att skrämma bort arrangörer. Någons avsky för power och heavy metal kan vara större än kärleken till thrash. Metal är en bättre beskrivning i ett sådant läge (om det inte är så att ni bara vill spela på Power-thrash-döds-speed-rocknroll-heavy metal-festivaler).

Frågan som återstår är hur ni ska sticka ut bland andra metalband. Ni måste alltså lyckas med balansgången att ge en ärlig kortfattad beskrivning och samtidigt väcka nyfikenhet. Det kan därför vara bra att ge en övergripande genrebeteckning som ni sedan färgar med beskrivande tillägg, t.ex. ”metal-band som får energi från allt som låter hårt och snabbt”, eller ”modern metal i old-school rockmundering”.

Om ni namnger andra band räcker det med att ge tre exempel. Däremot är det kul om ni på er band-sida på Spotify har en spellista med musik som inspirerat er.

Presentationstext: Text till arrangörer

- **Vad har ni gjort för spelningar?**

Ni behöver inte gå allt för långt tillbaka i tiden eller namnge precis allt. Det arrangören är ute efter är att få ett hum om er erfarenhet. Har ni haft många spelningar genom åren, spelat på större festivaler, eller har ni inte spelat live alls?

Det är viktigt att ni är ärliga. Att ha spelat en gång i Perstorp och en gång i Malmö är inte det samma som att ha spelat över hela Skåne, utan skriv då hellre att ni har spelat på olika orter i regionen. Inkludera gärna referat från recensioner eller omdömen från arrangörer och publik.

- **Vad har ni släppt för låtar?**

Lista både tryckta släpp och släpp på nätet om ni har det. I samband med att ni söker spelningar måste ni ha något aktuellt släpp att referera till. Att inte ha släppt ny musik på flera år kan bara ursäktas med att ni spelat så mycket live att det

uppväger, eller att ni har haft paus med bandet. Inkludera hellre en ok liveinspelning än ingenting alls.

Rabbla inte upp hur många medlemmar ni haft under resans gång. En paus kan förklaras med att folk hoppat av bandet, men i övrigt är det endast ett tecken på turbulens och oro i gruppen.

- **Vad är ni aktuella med?**

En biografi är intressant för att få en bild av vilka ni är, men för att ni ska bokas till en spelning är det av större vikt att ni berättar vad ni är aktuella med (vad ni nyligen gjort eller kommer att göra). Har ni en spelning på en festival om tre månader, en nyligen släppt ep eller kommer ni göra era första spelningar efter en lång tid i studion? Gamla meriter kan man hänvisa till, men är inget att förlita sig på, särskilt inte om meriterna inte genererar spelningar per automatik.



Presentationstext: Publik text

Den publika texten kan mycket väl vara en sammanfattning av texten ni skickat till arrangörer. Och den publika texten kan i sin tur användas som ingress till er arrangörstext.

När och var används den publika texten?

Den publika texten används på hemsidor, i tidningar, i programblad etc etc, i syfte att berätta för en potentiell publik varför de ska ta sig tid att spana in just ert band. Er publika text ska vara kortare än er text till arrangörer, och passar därför i sammanhang där ni måste beskriva ert band mera kort och koncist.

När någon efterfrågar en presentationstext ska ni alltid först fråga var och vad texten ska användas till och därefter tänka efter vilken sorts text som lämpar sig bäst.

Om en text om ert band ska presenteras på en egen sida på en hemsida kan ni exempelvis skicka över hela arrangörstexten, men vara noga med att ha en kortfattad ingress på 1-4 meningar eftersom många inte läser mer än så. Om ni ska presenteras i en lokaltidning är risken stor att ni inte får med mer än 1-4 meningar och då räcker er publika text gott och väl.

Hållpunkter i er publika text

Det viktigaste att få med i er publika text är en beskrivning av hur ert band låter. Beroende på genre gör ni en avvägning angående hur mycket nyfikenhet ni vill väcka hos läsaren. Men om ni t.ex. spelar regelrätt kängpunk är det främst ”redan frälsta” som kommer att uppskatta er, och då finns det ingen anledning till att försöka göra några omskrivningar.

Att hålla det alltför öppet och säga något i stil med ”vi har ett helt unikt sound” eller ”vi vill inte sätta oss i ett fack. Kom och bilda er en egen uppfattning istället” är inget som rekommenderas.

Så länge ni inte är ett tribute-band är det bara ni som låter som ert band. Därför behöver ni inte påpeka att ni är unika. Självklart kommer folk att bilda sig sin egen uppfattning, men om de inte ens får en vägledning i vad de kan förvänta sig är det inte troligt att de kommer att investera sin tid.

Ni bör även försöka få med något som ni är aktuella med. Sådant som ni nyligen gjort eller kommer att göra inom en snar framtid. Låtsläpp, spelningar, första spelningen med er nya gitarrist eller att ni är tillbaka efter ett uppehåll är exempel på aktualiteter ni med fördel kan poängtera.



Länkar och sociala medier

I ert EPK presenterar ni relevanta länkar till hemsidor, sidor på sociala media och Spotify.

Hemsida

En hemsida är ett medium som kan tyckas bli mindre och mindre viktigt. Det ska dock inte förkastas, då det kan användas som en samlings-sida för ert pressmaterial och innehålla hänvisningar till de sociala medier som ni använder er av och där er musik hittas.

Facebook och övriga sociala medier

Att ha en Facebooksida är av största vikt för ert band, men arbetet slutar inte med att ni skaffar en egen sida. Att ha en sida som inte uppdateras signalerar att ni inte är aktiva, oavsett hur många fantastiska låtar ni skriver i er replokal. Det kan räcka med en bild då och då från ett rep, och att

ni givetvis lägger upp bilder och texter innan, under och efter de konserter ni har.

Vid konserter ska ni också säkerställa att arrangören gör ett evenemang som ni bjuds in som medvärdar till. Erbjud er att själva skapa evenemanget om arrangören inte gör det. Lägg däremot inte upp egna evenemang, utan samsas med övriga band och arrangörer kring ett. Annars kommer ni få fyra olika evenemang med endast tio personer (varav hälften är ni själva) som tryckt på "kommer" istället för ett evenemang med desto mer uppmärksamhet.

Känner ni er mer hemma i andra sociala medier kan dessa absolut användas som komplement, men Facebook är störst och har en evenemangsfunktion som är viktig för era spelningar.



Länkar och sociala medier

Spotify

Spotify är den viktigaste plattformen för att sprida er musik. Digitala musiktjänster tar i regel inte emot musik direkt från musikskapare, utan har avtal med en rad bolag som får publicera musik till deras tjänster, så kallade aggregatorer. Därför måste ni, om ni inte har avtal med ett skiv- eller managementbolag som gör det åt er, vända er till en aggregator. Det som skiljer de olika aggregatorerna är i huvudsak priset och ersättningsmodell, men även sådant som anspråk på upphovsrätt kan förekomma.

Innan ni väljer vilken aggregator ni ska använda bör ni inom bandet diskutera hur ni tänkt släppa er musik. Om ni har tänkt satsa på ett fåtal släpp kan det vara klokt att vända sig till exempelvis Cd Baby som tar betalt per uppladdning, samt en liten andel per spelad låt. Däremot kan Distrokid, som är en tjänst ni prenumererar på, vara ett bättre alternativ om ni tänker göra flera låtsläpp under året. Det viktigaste är att ni har en plan för vad ni vill och framför allt att ni läser igenom avtalen ordentligt. Tänk på att anmäla er och era verk till STIM innan ni anlitar en aggregator.

Precis som med Facebook är det viktigt att hålla er Spotify-sida aktuell. Detta innebär inte att ni ska göra låtsläpp var och varannan vecka, men om en arrangör går in och ser att ni inte släppt något på två år är det inte så bra. Då är det bättre med en enklare inspelning av en låt än ingenting. Se till att ta bort musik som ni inte är stolta över.

Förutom att släppa egna låtar kan ni göra spellistor, t.ex. med musik som "format" er. Ni kan med fördel prata ihop er med andra band och se till att lägga upp varandras musik i olika spellistor

och under funktionen "artisten rekommenderar", där ni kan lägga upp både egen och andras musik. Ju fler sammanhang ni dyker upp i och ju fler kopplingar som leder till er, desto fler användare kommer att få förslag om att lyssna på er.

Nyttja funktionerna "Biografi" och "Konsserter". Lägg in länkar till era sidor på sociala medier och er hemsida på er artistsida. På så sätt ökar ni möjligheten att bli en "verifierad artist". På Spotifys hemsida kan ni också läsa många bra tips på hur ni kan få ut så mycket som möjligt av dem.

YouTube

Oavsett hur bra låtinspelningar ni har kommer ni behöva komplettera med YouTube-klipp. Därför bör ni se till att någon filmar era spelningar. Om ni lägger upp en hel spelning eller bara plockar ut en låt som ni är särskilt nöjda med spelar ingen roll. Det viktiga är att ni visar att ni kan leverera live.

Har ni inte haft några spelningar kan ni spela in en låt i replokalen eller på annan plats. Eller arrangera en egen spelning!



Teknisk rider och stageplot

Teknisk rider och stageplot innehåller viktig information för arrangörer om allt som kommer behövas inför och under er spelning.

Teknisk rider

En teknisk rider beskriver vad ni behöver ha på scen för att kunna genomföra er spelning. Var noga med att skilja på förutsättningar och önskemål.

Lista upp alla instrument som ni kommer att använda på spelningen och komplettera med om det ska mickas eller om det behövs en linebox.

Om ni använder exempelvis slagverk som använder en och samma mick räcker det att ni bara sammanfattar det som ”percussion: en mikrofon”. Skriv också ner hur många sångmickar ni behöver och hur många strömuttag.

Om ni och arrangören är överens om att ni tar med egna förstärkare ska ni specificera vad ni

tar med för förstärkare, och om eventuella andra band också får nyttja dessa. Detsamma gäller trummor. Skulle det istället vara arrangören som tillhandahåller detta är det viktigt att ni läser igenom ordentligt vad som finns så att ni kan komplettera med cymbaler eller liknande.

Räkna aldrig med att saker finns om ni inte stämt av detta med arrangören i förväg.

Ni tar alltid själva med er instrumentsladdar och keyboardstativ.

Stageplot

En stageplot är en ritning på hur ni ställer upp på scenen. Ni kan med fördel hämta en mall från internet (bosstweedbackline.com till exempel). Även om ni inte känner att det spelar någon roll vem som står var så ger det här teknikern på plats en väldigt bra bild av vad som kommer behövas på scen.

Paketering

När ni känner att ni har alla delarna som behövs i ert EPK ska ni packa ihop det och ladda upp det så att det är lättillgängligt.

Ni packar först ihop beståndsdelarna i ert EPK i en zip-fil. Har ni en hemsida lägger ni sedan zip-filen där för nedladdning.

Om ni inte har en hemsida kan ni ladda upp paketet i en dropbox som ni sedan kan länka till på era sidor på sociala medier och i mail till arrangörer.

Kom ihåg att gå igenom materialet med jämna mellanrum och håll det uppdaterat.

Att göra-lista: elektroniskt presskit

Del 1: Bandets identitet

- Diskutera och kom överens om hur ni vill bli uppfattade och hur ni vill presentera er själva som band.
- Se till att alla är medvetna och delaktiga i det som görs. Utse även vem som ansvarar för att de olika delarna blir gjorda och hålls uppdaterade.

Del 2: Bilder

- Skaffa bandbilder; stående, liggande, svartvita och i färg. Ta även någon bild med mycket luft om ni inte har sådana.
- Redigera bilderna utifrån de mått ni behöver till tryck och sociala medier.

Del 3: Logga

- Skapa en frilagd logga.
- Anpassa loggan: gör en variant som passar till mörk bakgrund och en som passar till ljus bakgrund.

Del 4: Texter

- Skriv en biografi. Uppdatera denna efter hand.
- Skriv en aktuell presentationstext som riktar sig till arrangörer i syfte att skaffa spelningar.
- Skriv en kortfattad publik text som riktar sig till medier och publik.

Del 5: Sociala medier och hemsida

- Skaffa en hemsida där ni länkar till bl.a. Facebook och Spotify.
- Lägg in ert EPK för nedladdning på hemsidan när det är klart.
- Bestäm en strategi för vilka sociala medier ni ska finnas på och hur ni ska använda er av dem.
- Fyll i "Om-fliken" på Facebook med presentationstext och relevanta kontaktuppgifter.

Del 6: Spotify

- Välj aggregator och ladda upp er musik.
- Fyll i de funktioner ni har tillgång till: biografi, artisten rekommenderar, tour m.m.
- Länka till sociala medier och till er hemsida.
- Gör spellistor med musik ni gillar och med kompisars band.

Del 7: Teknisk rider och stageplot

- Gå igenom vad ni behöver på scen för att genomföra en spelning. Skriv ner detta i en teknisk rider.
- Skapa en stageplot som alla i bandet är med på.

Del 8: Paketering

- Sammanställ de olika delarna i en zip-fil eller i Dropbox.
- Om ni har en hemsida, ladda upp ert EPK där.

Marknadsför din musik

– ett studiematerial om elektroniska presskit

Vill du och ditt band få enkla tips och verktyg för att bättre nå ut till arrangörer, media och publik?

Ett elektroniskt presskit (EPK) är ett bra och professionellt sätt att samla marknadsföringsmaterial som sedan kan användas exempelvis när man släpper nya låtar eller vill göra PR för en spelning.

I det här studiematerialet får du och ditt band gå igenom beståndsdelarna i ett elektroniskt presskit. Ni får praktiska tips för hur ni kan lägga ihop ert eget presskit och vad ni behöver fundera på när ni gör det.

Kontakta Studieförbundet på din ort för att komma igång!

Studieförbundet är ett av Sveriges största studieförbund. Vi är partipolitiskt och religiöst obundna med ett brett utbud av studiecirklar, utbildningar, kulturarrangemang och föreläsningar. Varje år samlas ett par hundra tusen deltagare i våra studiecirklar och kurser.

Välkommen till Studieförbundet!