

LA ROCKO Banda



MARKETING & DIGITAL 2024

ANÁLISIS – ESTRATEGIAS - TÁCTICAS





RESUMEN

El presente documento busca convertirse en la hoja de ruta del plan de marketing digital y comercial a desarrollar por **La Rockobanda Orquesta** a partir del primer semestre de 2024.

Para su desarrollo se tuvieron en cuenta el análisis y la investigación interna y externa de la empresa y con base en lo encontrado se formularán algunas hipótesis. Con base científica estas hipótesis fueron puestas a prueba lo que ayudo a la consolidación de algunos elementos importantes que sirven de base.

A partir de estas bases se formula una estrategia digital y se plantean una serie de tácticas y métodos de medición con el fin de llegar al resultado esperado por las directivas.

La base de todo: **encontrar nuestro fan y cliente; llevarla al siguiente nivel**





La Rockobanda - Tema

8 suscriptores · 8 vídeos

Más información sobre este canal

support.google.com/youtube/answer/2579942

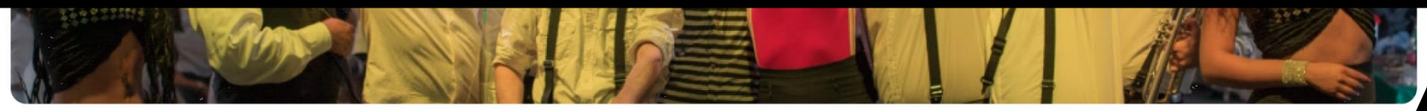
Suscribirme

cio

Álbumes y singles

ANÁLISIS

BRIEFING – MISIÓN/VISIÓN – ACTIVOS DIGITALES



LA ROCKOBANDA

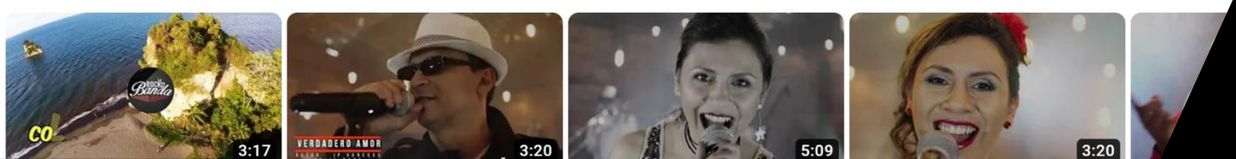
@larockobanda5851 · 136 suscriptores · 8 vídeos

Más información sobre este canal

Personalizar canal | Gestionar vídeos

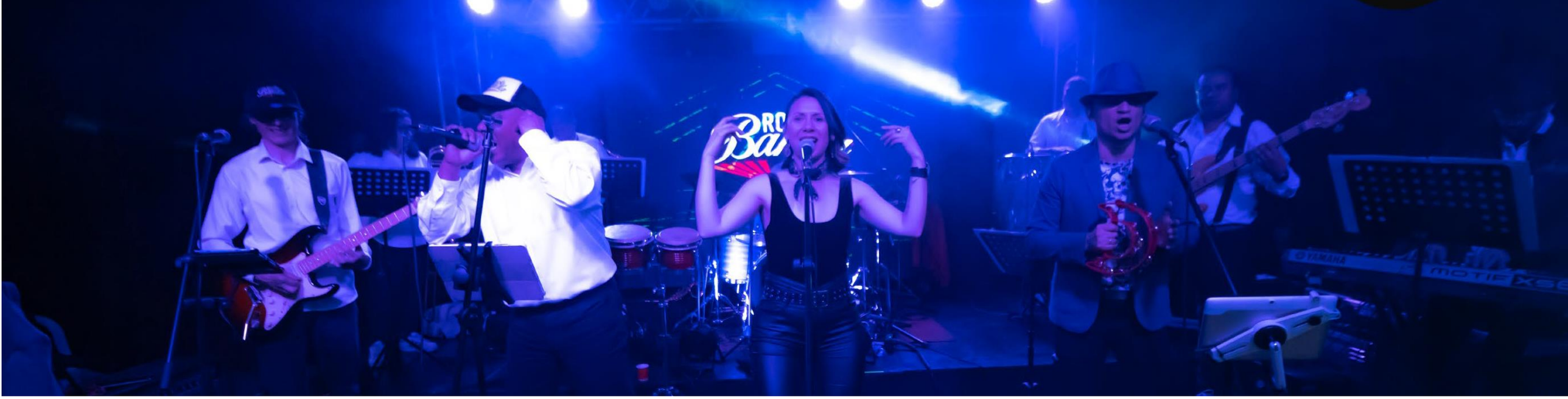
Inicio | Vídeos | Listas | Comunidad

Vídeos ▶ Reproducir todo









La Rockobanda Orquesta es un proyecto artístico que se funda en el año 2008 y sigue vigente hasta el día de hoy

Su formato de orquesta crossover le ha permitido destacarse en tocando diferentes estilos musicales

- Eventos Corporativos
- Eventos Sociales
- Experiencia previa en Bares

Su fundador es un musico apasionado por los sonidos de los vientos y las guitarras eléctricas, un melómano de tiempo completo.

Sus músicos cuentan con experiencia dentro de la industria destacándose como académicos y como personas comprometidas con el proyecto.

Sus arreglos buscan refrescar la escena tradicional de las orquestas en Bogotá

Sus experimentados músicos han recibido premios por su participación musical y académica

El nombre Rockobanda hace referencia dos cosas la idea de tocar diferentes géneros como una Rockola y la segunda su sonido cargado sutilmente de elementos del rock.

OCMUSIC
RECORD COMPANY

2008

2024

SU HISTORIA

Sobre La orquesta

La orquesta comienza siendo parte de la orquesta de sitio Punto G en Bogotá, uno de los más reconocidos bares del norte de la ciudad y por donde muchos de los artistas y personalidades de la época desfilaron.

La fama de este lugar catapulto a muchos talentos de la industria musical de la época, hoy algunos continúan con el reconocimiento del público no solo nacional sino internacional.

Al terminar el local y luego de un cambio de propietarios los músicos restantes liderados por Félix Daza deciden seguir con el proyecto y empiezan a ofrecerse como una orquesta crossover para eventos.

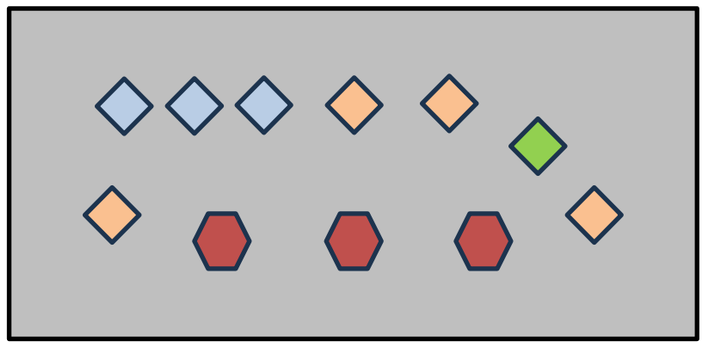
Con el tiempo adoptan el nombre de La Rockobanda Orquesta buscando definir la idea de una agrupación consolidada y mantener así una gama de clientes frecuentes para eventos sociales y corporativos.

La banda ha grabado dos composiciones propias y varios covers

Su estilo musical es fresco hasta el día de hoy y su repertorio está lleno de canciones populares de otras épocas



FORMACIÓN ACTUAL



3 Cantantes (2 hombres + 1 mujer)

1 Bajista

1 Teclados

1 Baterista

3 Vientos (Saxofón, Trombón, Trompeta)

1 Guitarrista

1 Percusionista

Formatos y valores

Se maneja un único formato buscando consolidad la imagen de la banda

1 Salida: $ 4.800.000

2 Salidas: $ 5.800.000

3 Salidas: $ 6.800.000

Cada salida es de 1 Hora Aprox.

Matrimonios: $12.000.000 Incluye Rider Técnico y DJ

OCMUSIC
RECORD COMPANY



Misión

“Construir una propuesta musical que agrupe diferentes géneros musicales rompiendo con los esquemas creados y que sea altamente comercializable en los eventos sociales y corporativos empresas colombianas.”

Visión

“Se reconocidos como la opción número uno de orquestas en el país, llevando a identificarnos como una propuesta fresca y de calidad con contenido propio, convertirnos en más que una orquesta de eventos.”

Comunicación de la Marca – Filosofía

Variedad y novedad, la orquesta que marca la diferencia

Valores

Experiencia

No somos una orquesta más en tu evento, somos la experiencia de tu vida

Amor por lo local

Nuestro repertorio, nuestro amor por lo nuestro y la gente con la que trabajamos son una muestra de nuestro amor por lo local

Somos una familia

Estamos comprometidos con nuestro talento y su crecimiento

Diversidad

Creemos en la diversidad de música, talentos y formas de ver la vida

Objetivos Generales

Cada persona encuentre en nosotros una canción para su vida, para un momento

Generar recordación en las personas

Desarrollar nuestro nicho de fans

Crear una metodología de comunicación

Objetivos Específicos

Mejorar nuestra comunicación

Mejorar nuestra presencia en redes

Incrementar las ventas

Crear una propuesta fresca

Com poner música inédita



REPUTACIÓN

La orquesta es reconocida como una agrupación más para eventos de nivel medio, algunos de nuestros clientes llegan por recomendación.

Nuestros integrantes están comprometidos, aunque no es su único medio de trabajo.

Se tiende a pensar que la estética de la banda necesita trabajarse más y que algunos de sus integrantes se ven mayores.

LA ROCKO Banda



OCMUSIC
RECORD COMPANY



La Rockobanda

189 Me gusta · **199** seguidores

orquesta con música propia y también música para todo tipo de eventos.

WhatsApp | Mensaje

Me gusta | ...

Publicaciones | Más

ACTIVOS DIGITALES

Existe presencia en estas redes sociales:

Instagram

YouTube

TikTok

Facebook

Kwai

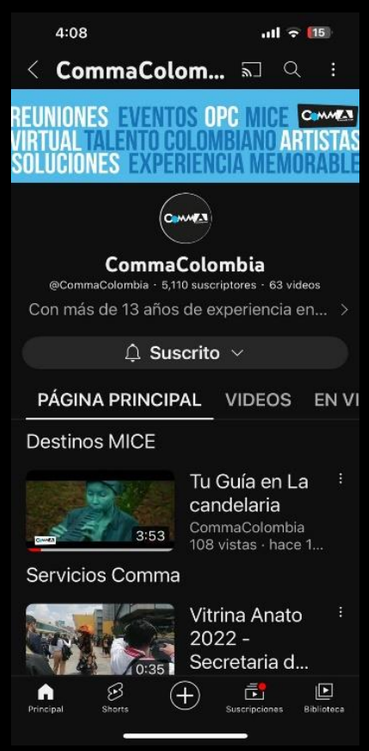
Página Web

La RockoBanda Orquesta Bogotá | Disfruta del Mejor Show en Vivo
(Página Principal)

No existe una imagen consolidada
No evidenciamos un cronograma de publicaciones
No Existe un plan de marketing digital







Hallazgos

No existe un cronograma de publicaciones
No se evidencia un programa de seguimiento
No existe un plan de desarrollo de contenidos
No existen cuentas verificadas
No se evidencia un CRM o método de evaluación

Se tienen dos cuentas de YouTube

Se cuenta con un sitio web con dominio y hosting
El sitio Web tiene certificado de seguridad SSL
Cuenta con correos corporativos @comma.com.co

Las tres redes más importantes son:

Instagram
TikTok
YouTube

La marca está registrada??

INSTAGRAM /Facebook



Figura 1



Figura 2

TIKTOK

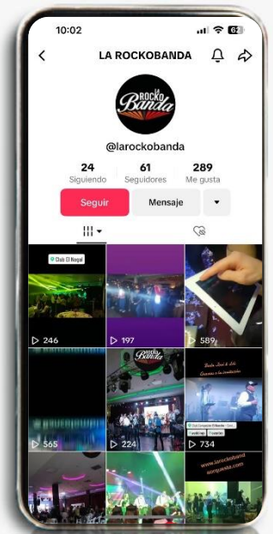


Figura 1

YOUTUBE

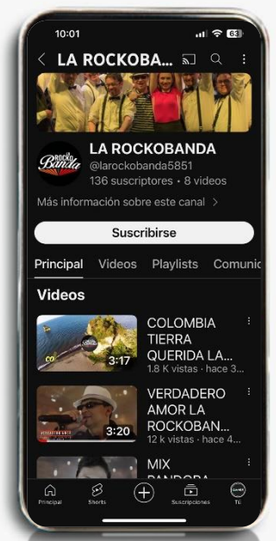


Figura 1

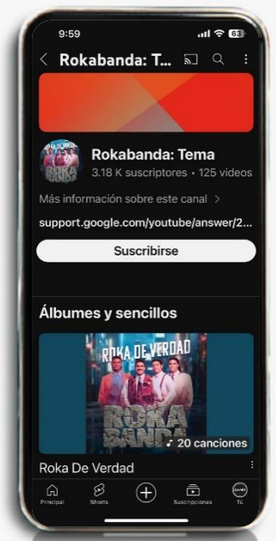


Figura 2

Fecha de análisis: 06 Marzo 2024

Primeras Hipótesis

- Evaluar el nombre de la banda
- Diagnóstico de los integrantes de la banda frente a una nueva propuesta
- Implementar un género base sobre el cual se explorarán las diferentes mezclas con otros ritmos y así darle una identidad sonora a la banda
- Identificar el nicho de mercado de esta nueva propuesta
- Desarrollar ideas de imagen visual para la orquesta basados en el concepto musical
- Desarrollar una puesta en escena experiencial que permita marcar la diferencia utilizando la tecnología y la inteligencia artificial
- Evaluar el uso del nombre y el nuevo lenguaje musical y de imagen
- Desarrollar un cronograma y lenguaje para las comunicaciones digitales
- Desarrollar un brochure adecuado y un reel de la experiencia (AI Experience)
- Implementar las estrategias y recursos con la fuerza de ventas
- Mejorar la comunicación a clientes antiguos CRM (Fotos, videos, detalles especiales)





La Rockobanda - Tema

8 suscriptores · 8 vídeos

Más información sobre este canal

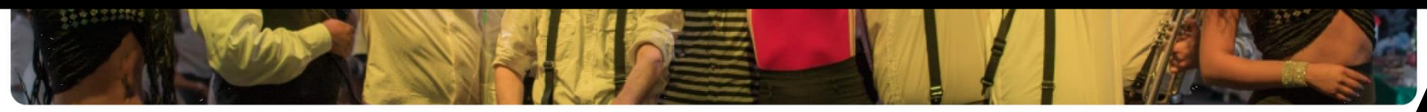
support.google.com/youtube/answer/2579942

Suscribirme

cio

Álbumes y singles

OBSERVACIONES ETAPA 1



LA ROCKOBANDA

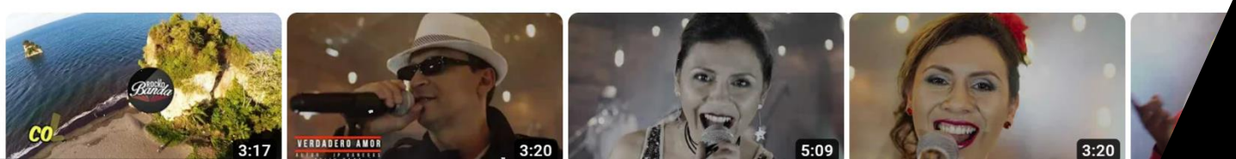
@larockobanda5851 · 136 suscriptores · 8 vídeos

Más información sobre este canal

Personalizar canal | Gestionar vídeos

Inicio | Vídeos | Listas | Comunidad

Vídeos ▶ Reproducir todo





La Rockobanda

189 Me gusta · **199** seguidores

orquesta con música propia y también música para todo tipo de eventos.

WhatsApp | Mensaje

Me gusta | ···

35 publicaciones **185** seguidores **229** seguidos

La RockoBanda
Músico(a)/banda
La orquesta crossover más adecuada para su evento.
Bogotá, Colombia
Ver traducción

watch.scenikus.com/products/la-

ocaballeromusic y **ocmusicrecord** siguen esta cuenta

Seguir | Mensaje | Contacto



HALLAZGOS

Es importante para la creación de las estrategias la definición del norte musical y de marca, con el fin de marcar la ruta de acuerdo a los posibles mercados objetivos y segmentos de mercado

Se ha descubierto una inclinación a un segmento adulto, se pidió evaluar musicalmente la propuesta antes de continuar con la segunda parte

Se tienen algunas alternativas abiertas como: Posibles cambios o adaptaciones en el nombre, Marcar una línea de composición o base rítmica a partir de la cual construir y acercamiento a la forma actual de producción

Se tienen previstas unas reuniones de composición iniciales a fin de definir los puntos anteriores antes de continuar con el planteamiento estratégico.





La Rockobanda - Tema

8 suscriptores · 8 vídeos

Más información sobre este canal

support.google.com/youtube/answer/2579942

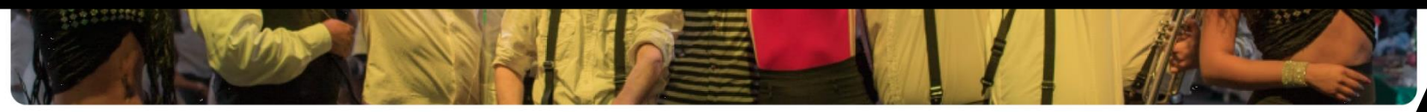
Suscribirme

cio

Álbumes y singles

STOP

ANÁLISIS Y PLAN A SEGUIR



LA ROCKOBANDA

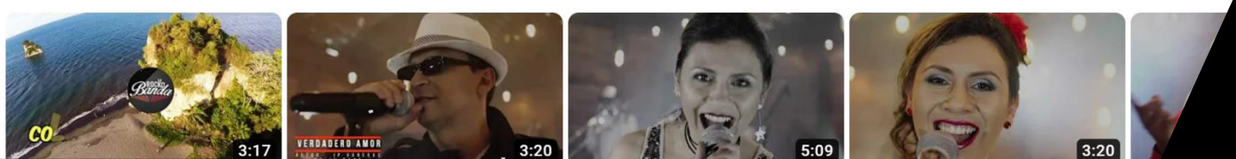
@larockobanda5851 · 136 suscriptores · 8 vídeos

Más información sobre este canal

Personalizar canal | Gestionar vídeos

Inicio | Vídeos | Listas | Comunidad

Vídeos ▶ Reproducir todo







Planteando la estrategia

En este punto hemos sido capaces de interpretar el sentir del proyecto, sus intenciones y sus orígenes, aunque el camino aun es largo empezamos a ver algunas cosas que deberían ser consideradas para el planteamiento de una buena estrategia y la formulación de acciones concretas.

Aspectos destacados a considerar:

EL PUNTO DE PARTIDA
GENERAR CONEXIÓN
CUAL ES EL STORY TELLING – HISTORIAS QUE CONECTAN

NO ES UNA ORQUESTA ES UNA BANDA CROSSOVER

ES PARTE DE LA HISTORIA MUSICAL DE LOS 90’S

MOMENTOS INSTAGRAMEABLES

OCMUSIC
RECORD COMPANY

La estrategia

El objetivo principal es resaltar como punto de encuentro la historia de la banda, resaltando sus logros más importantes y transmitiendo el mensaje con un repertorio del recuerdo que conecte con las generaciones de los últimos 40 años, al mismo tiempo que de manera controlada vamos integrando nuevos temas musicales los cuales harán parte de la misma dinámica musical y buscaran destacar el poder escénico de la orquesta y su conexión con los sonidos que nos conectan y nos traen buenos recuerdos.

Para esto la banda buscara con todas sus acciones consolidarse como la banda sonora de nuestras vidas, valiéndose de situaciones y recuerdos musicales y no musicales que le den vida a las interpretaciones y a la banda.

Algunas palabras claves en la comunicación:

- BANDA
- NOSTALGIA
- ENERGIA
- CALIDAD ARTISTICA
- SHOW EN VIVO

CAMBIOS EN EL SPEECH DE VENTA



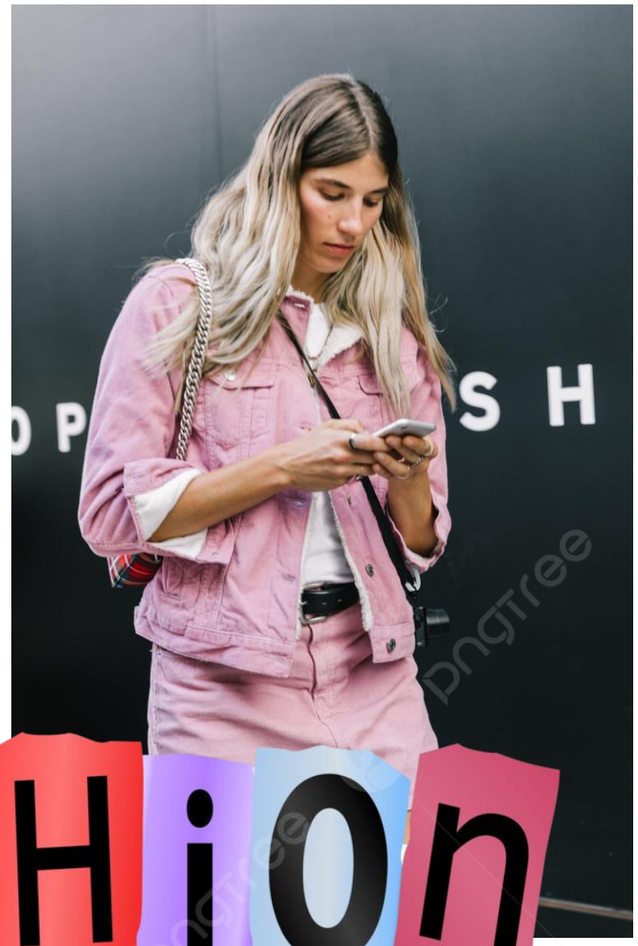
LA PUBLICIDAD EN LOS 80´S, 90´S y 00´s

OCMUSIC
RECORD COMPANY

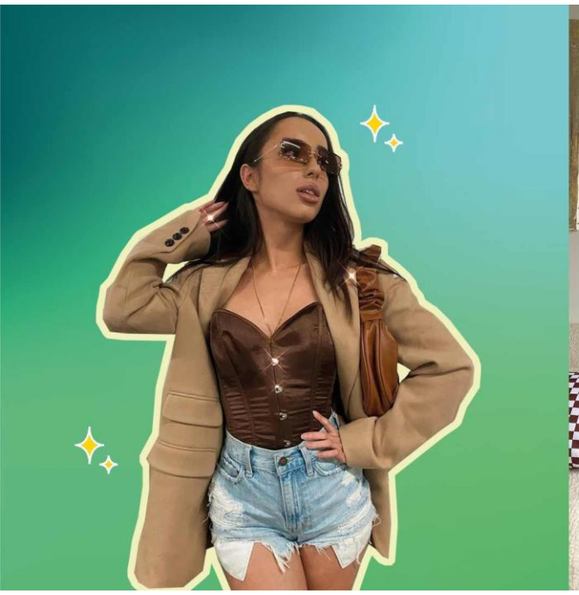
COMO SE VEIA UNA BANDA DE LOS 90´S

Los 90´s están de moda





FaSHiOn







OCMUSIC
RECORD COMPANY



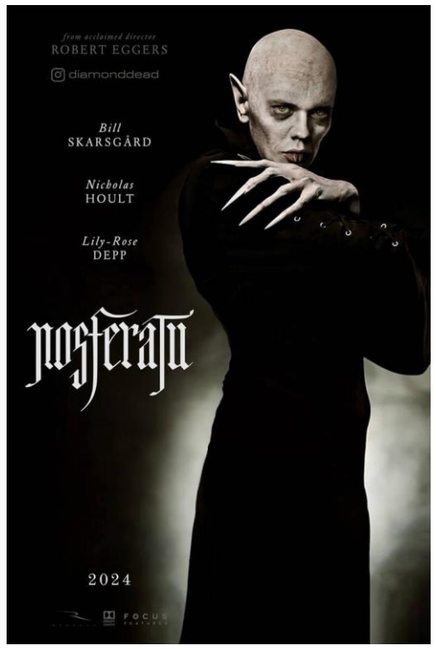
OCMUSIC
RECORD COMPANY

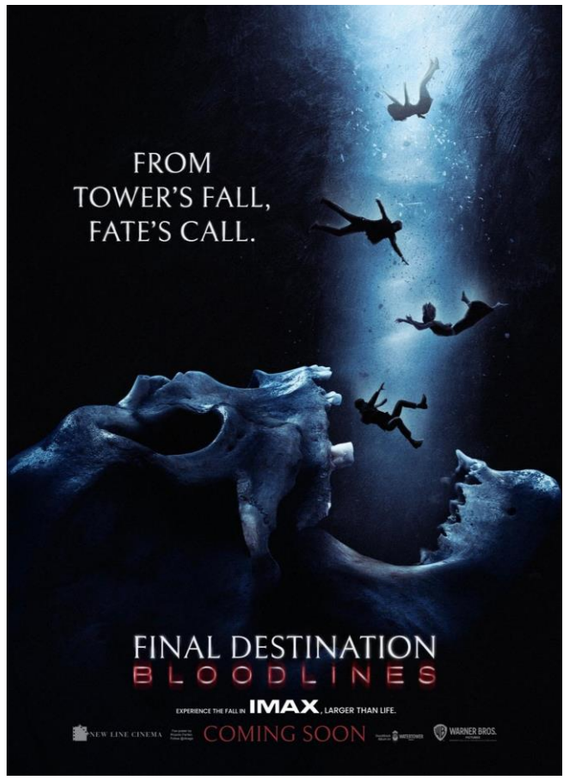














OCMUSIC
RECORD COMPANY

FESTIVAL
ESTÉREO PICNIC

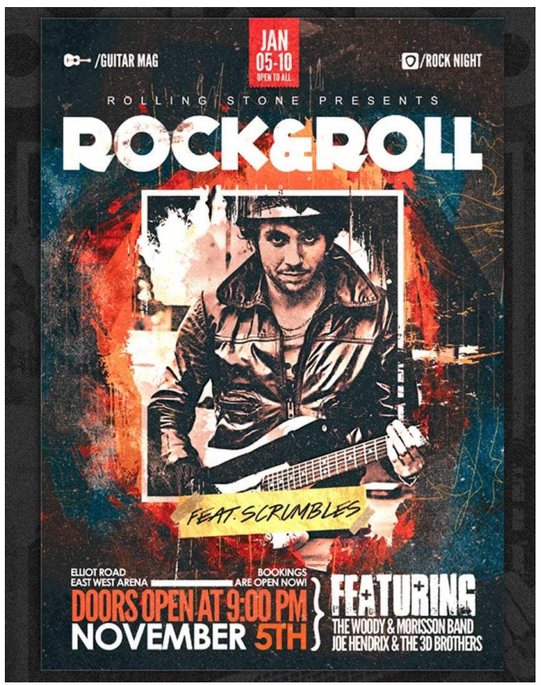


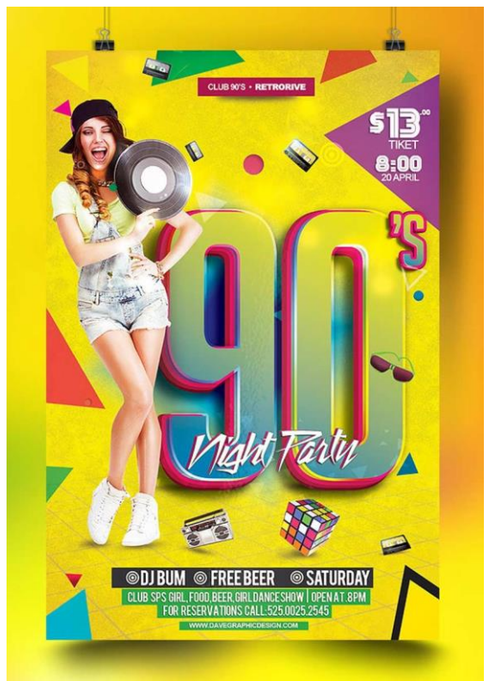
OCMUSIC
RECORD COMPANY





LA ROCKO Banda







OCMUSIC
RECORD COMPANY

GUUVER
PRESENTS

SEPT
18TH

LIA

ROCKO

Banda

LIAA

ROCKO Banda



No es una orquesta,
Es una BANDA CROOSOVER



ETAPA 2

Revives como su música

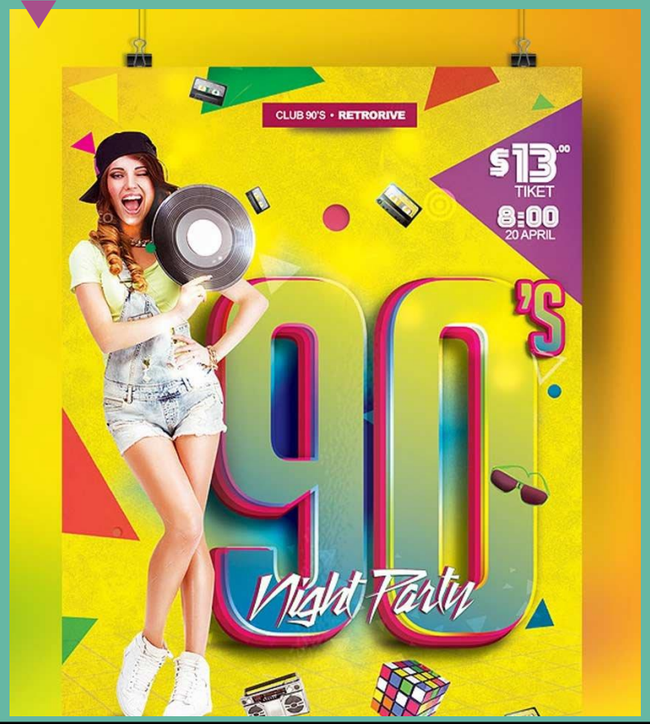
Contratas recuerdos, una época

Tiene un Storytelling

LA ROCKO Banda

ESTRATEGIA DIGITAL

UNA EMOCIÓN QUE NOS TRAE RECUERDOS Y NOS ANIMA



LIA ROCKO Banda

BUYER PERSONA 1

TU PÚBLICO OBJETIVO

Edad:	Mayores de 30 años
Canales de Comunicación:	Redes Sociales (Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn)
Gustos musicales:	Crossover
Capacidad Económica:	Media, Media Alta
Ubicación Geográfica:	Ciudades Capital
Formación:	Técnica y Universitaria



OCMUSIC
RECORD COMPANY

BUYER PERSONA 2

TU PÚBLICO OBJETIVO

Edad:	Mayores de 35 años
Canales de Comunicación:	Redes Sociales (Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn)
Gustos musicales:	Crossover
Capacidad Económica:	Media, Media Alta
Ubicación Geográfica:	Ciudades Capital
Formación:	Universitaria
Posición de poder:	Tomador de Decisión
Areas de trabajo:	Recursos Humanos, Mercadeo, Organización de eventos



KEY RESEARCH

LAS PLABRAS CLAVES

- Orquestas
- Música para Eventos
- Músicos
- Música para Matrimonios
- Show Musical
- Orquesta Crossover
- DJ
- Hora Loca
- Agrupación Musical
- Show para empresas
- Show Musical Especial
- Orquesta con Experiencia
- Orquesta de Salsa
- BANDAS

IMAGEN DE LA BANDA

IDEAS DIGITALES

La fuente de inspiración principal es los años 90´s, sin embargo, elementos de los 80´s y los 00´s podrían utilizarse para ampliar el segmento de conexión.

- **El show debe estar pensado en los que en su momento fueron estas generaciones, pero utilizando los nuevos avances de tecnología**
- **El repertorio debe ser evaluado a los hits de estas épocas en los diferentes géneros**
- **La imagen en las redes debe ser consecuente con la realidad de la banda, un mismo estilo**

ACCIONES INSTAGRAM

IDEAS DIGITALES

Se hacen publicaciones especiales de acuerdo a cada red y a cada Buyer Persona

- Imágenes fotográficas en Instagram que evoquen el recuerdo
- Reels en Instagram con fragmentos de canciones o intros que conecten con la nostalgia
- Imágenes en Instagram que refieran a las personas a contratar la mejor banda crossover
- Historias con fragmentos de eventos corporativos y sociales
- Crear los iconos de destacados
- Imágenes de los músicos y los cantantes con el nuevo concepto visual

ACCIONES INSTAGRAM

IDEAS DIGITALES

- Historias de los músicos conectando, sus vivencias en los 90´s, 80´s y 00´s (historias de vida, anécdotas, vida musical)

ACCIONES TIKTOK

IDEAS DIGITALES

Se hacen publicaciones especiales de acuerdo a cada red y a cada Buyer Persona

- Retos de baile con los éxitos del ayer
- Videos de Historias de vida de los músicos
- Videos de las canciones que interpretan
- Sección: que recuerdas de los 90´s, 80´s y 00´s

ACCIONES LINKEDIN

IDEAS DIGITALES

Se hacen publicaciones especiales de acuerdo a cada red y a cada Buyer Persona

- Enfocar publicaciones que exalten el hecho de ser la mejor banda para sus reuniones corporativas aprovechando la nostalgia (LinkedIn)
- Videos, blogs y post que conecten sobre la importancia de los recuerdos en el ánimo de los equipos de trabajo
- Estudios y otros que refuercen la idea de cómo la música nos lleva a los mejores momentos de nuestra vida y como eso nos hace mejores

ACCIONES YOTUBE

IDEAS DIGITALES

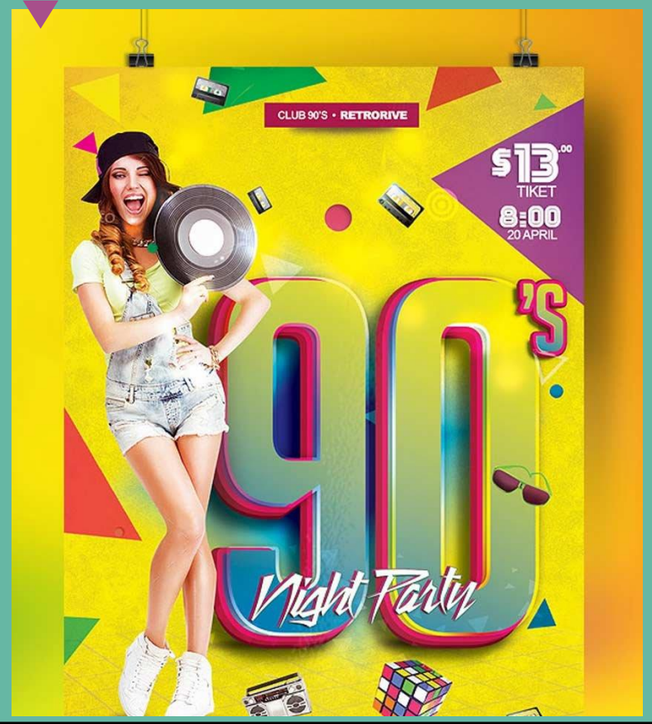
Se hacen publicaciones especiales de acuerdo a cada red y a cada Buyer Persona

- Utilizar los shorts como medio de conexión a través de historias, retos intros de canciones (¿la recuerdas?)
- Videos en formato largo para reels comerciales, eventos sociales y corporativos destacados.
- Videos largos editados sobre participaciones destacadas, premios y eventos académicos o de la industria (Construir imagen de seriedad y de reconocimiento)

LA ROCKO Banda

ESTRATEGIA COMERCIAL

VENDEMOS UNA EMOCIÓN UN RECUERDO - CONECTAMOS



CONSIDERACIONES

IDEAS COMERCIALES

- Elaborar una base de datos de contactos empresariales de acuerdo a los perfiles definidos (nombre, cargo, empresa, teléfono fijo, teléfono celular, correo electrónico)
- Realizar seguimiento CRM a clientes antiguos y empezar a desarrollar un plan de seguimiento medible
- Desarrollar dos tipos de brochures para los tipos de Buyer persona, dos tipos de reels subidos a youtube.
- Crear un book fotográfico completo y con la nueva imagen
- Refrescar el look del logo (el puesto acá solo es una sugerencia)
- Crear una identidad cultural en el área de ventas y fortalecer la creencia de ser la MEJOR BANDA CROSSOVER

CONSIDERACIONES

IDEAS COMERCIALES

- Mejorar la presencia digital y standarizar con la nueva imagen
- Mejorar los medios de contacto y comercialización digital y físicos
- Capacitar constantemente al equipo
- Mejorar la idea de acuerdo a las tendencias
- Dar un tiempo de espera con controles (KPI) a los proyectos
- Preguntar constantemente a clientes su satisfacción y puntos de mejora
- Involucrar la tecnología en la presentación comercial

LA CONSIGNA

IDEAS COMERCIALES

La Rockobanda es la mejor banda croosover del momento, la experiencia de sus músicos y su puesta en escena impecable hacen que el espectador se remonte a la mejor época de su vida.

Sera la fiesta que nunca quisiste olvidar

LA CONSIGNA

IDEAS COMERCIALES

La Rockobanda es la mejor banda croosover del momento, la experiencia de sus músicos y su puesta en escena impecable hacen que el espectador se remonte a la mejor época de su vida.

Sera la fiesta que nunca quisiste olvidar

KPI´S

MEDICIÓN CONSTANTE

Los KPI serán la forma de medir cada acción, algunos pueden expresarse con una calificación, una palabra (Si/No), un promedio, una cifra a alcanzar.

Lo importante es que sean medibles, no sean susceptibles a percepciones y tengan un tiempo establecido de ejecución.

Se pueden comparar con el tiempo KPI entre si para mirar evolución y cumplimientos

Ejemplo KPI´S



CRONOGRAMA

TODO LO MEDIBLE DEBE TENER UN TIEMPO

Es importante colocar una fecha de ejecución anual, mensual y semanal a cada item, no solo a las publicaciones sino seguimiento a la labor de venta.

Asegurar su cumplimiento es en si mismo un propio KPI a evaluar

CONCLUSIONES

UNA BASE SOLIDA NOS EVITA PERDER EL TIEMPO

Existe una muy buena base en su historia no contada, en la nostalgia de la gente y en el uso de las tendencias que tenemos, esto nos permitirá estar en la cabeza de la gente y de vez en cuando salir con trabajos propios.

Seremos la fiesta que nunca quisiste olvidar

Este documento fue realizado por OC MUSIC para uso interno de la compañía, cualquier uso indebido y si autorización está prohibido, de igual manera su copia parcial o total, el uso de las imágenes o la utilización de cifras.