

andrew.dum

The road from nothing to something

Inițial, mi-am propus să fie un ,case study'. Însă mi-am dat seama că îl vor citi oameni cărora le plac poveștile. Oameni creativi care caută un răspuns simplu, onest, ca într-o conversație cu un prieten.

Vreau să devin artist. De unde încep? Ce pot face?

Răspunsul acesta este atât de complicat și de amplu, încât mi-ar trebui ajutorul unei AI (artificial intelligence) care să genereze un număr de răspunsuri unice, rezonabil pentru fiecare întrebare a fiecăruia dintre voi.

O să încerc mai jos să relatez din experiența personală: ce am făcut și cum am construit un proiect care avea ,stea în frunte'.

În 2014, o cunoștință mi-a spus că vrea să înceapă un proiect pilot pentru un documentar cinematografic pe zona de entertainment. I-am spus să pregătească episodul pilot, după care, restul este deja istorie.

,U Nights – best clubbing cinematography concept from EE '

- Ibiza DJ Music Awards

Get pinned 📌 cu U Nights!

Noi te așezăm pe harta cluburilor care contează. Documentăm cele mai tari evenimente bazate pe cele mai bune povești.

La U Nights afli tot ce trebuie să știi despre viața de noapte și vibe-urile unui party electro de pe dancefloor, dar și cum arată petrecerea din punctul de vedere al DJ-ilor care livrează starea de bine (jingle UTV).

SKIP ...

Andrew Dum (VJ Andrei Dumitriu) a participat în calitate de producător executiv și VJ la peste 200 de evenimente în 5 ani de clubbing, prin intermediul documentarului difuzat pe UTV - **U Nights** unde și-a format direcția muzicală și opinia despre industria de entertainment.

Toate discuțiile noastre erau mai mult informative pentru el. Absorbea orice, îmi punea întrebări despre fiecare detaliu pe care îl vedea într-un festival sau party, despre abordările artiștilor, despre selecția lor muzicală dintr-un club. La un moment dat, devenise vampir energetic. Observând cât

este de pasionat și de eager, într-o discuție ‚întâmplătoare‘, i-am sugerat că ar fi interesant să-și direcționeze energia și pasiunea pentru muzică și industrie către ceva meaningful, cum ar fi să devina DJ pe bune, nu un DJ de carton. Acesta a fost declicul, momentul care l-a provocat, astfel că a început să facă toate demersurile necesare pentru a-și construi o carieră de DJ.

A absolvit școala de DJ Highway, după care a urmat aproximativ un an și jumătate de mixat muzica în living room, timp în care eu îl ascultam și îi dădeam feedback pe ceea ce făcea.

THE FIRST GIG

Primul gig l-a avut pe rooftop-ul hotelului RIN, în cadrul unui eveniment organizat de MATINEE, alături de Sllash, Adrian Eftimie, DJ Optick și Manuel Riva. Feedback-ul DJ setului a fost foarte bun, așa că, din acel moment, am început să construim brandul unui DJ, motiv pentru care am decis să trecem la următorul nivel.

STUDIU DE PIAȚĂ

Am început să fac research, să înțeleg nișa de DJi. Ulterior, mi-am pus următoarele întrebări:

Cine sunt liderii nișei? Care au fost pașii pe care i-au făcut să ajungă acolo?
Ce nevoie există pe acea nișă?
Cu ce diferențiatori putem veni?
Cum putem crea memorabilitate brandului pe care îl construim ‘Andrew Dum’?
Cum stabilim obiective măsurabile?
Cum creăm un fan avatar?

Iată ce am făcut:

01 PLANIFICARE & RESEARCH

- ✓ Am ales din baza de date pe care am colectat-o din cadrul evenimentelor la care a participat Andrew un număr de consumatori de muzică pe care i-am sunat și cărora le-am dat un chestionar.
- ✓ Ne-am creionat pe hârtie cum ar arăta fanul ideal al artistului.
- ✓ În urma analizei centralizate din răspunsurile petrecăreților, am extras informații care stau azi la baza construcției brandului.
- ✓ Am conturat brand archetype, atributele brandului, tonul vocii și culorile pe care le vom folosi în comunicare, dar și sonic branding (cum sună DJ setul artistului)

02 IMPLEMENTARE ȘI POZIȚIONARE ÎN NIȘĂ

În urma informațiilor colectate, fan avatarul ideal al lui Andrew Dum este 85% sex feminin, 15% sex masculin, studii medii superioare, adoptă brandurile medii și de lux, cu apetență spre pop culture și going out.

În decembrie 2017, am gândit primul [Turneu național susținut de un DJ în România](#) - X TOUR, cu un concept grafic inovativ: sketch + motricitate. X Tour a fost planificat în noiembrie 2017 și implementat în februarie 2018 în 13 orașe din România. Extra, am avut o extensie a turneului cu două show-uri în Dubai la Rixos Pool și Diamond Yacht în Marina Bay.

Atributele brandului

love, beauty, freedom, rebel, energy, positive, innovative.

Culori

mov, alb, albastru, roșu, portocaliu, galben

De ce X TOUR ?

X - interzis, valoare intangibilă, sexualitate, încrucișare, marcarea unui loc

TOUR - împărtășire, confirmare

Brandul trebuie să fie lider = Primul turneu național susținut de un DJ român.

Brandul trebuie să genereze o emoție = Concept vizual inovativ, marcarea locațiilor prin proiecție exterioară pe clădire cu X, campania XMarksTheSpot, fidelizarea consumatorului față de brand.

Atractivitate

Conceptul grafic și vizualurile originale, inovative

Imaginea unui good-looking DJ: acoperă un segment al pieței locale cu potențial de dezvoltare

Credibilitate

Campanii în jurul artistului pentru credibilitate pe skill-urile de DJ și lansări de producții/remixuri în perioada turneului

Comunicarea brandului este direct proporțională cu valorile și atributele sale, face ceea ce promite, realist, fără să încalce promisiunea brandului

Încredere din partea celorlalte branduri care se asociază cu Andrew Dum

Relevant

Să îndeplinească așteptările consumatorilor și să se comporte în conformitate cu acestea (de exemplu: participarea lui în cadrul festivalului Neversea)

Poziționare

Elemente definitorii: good looking DJ, trendsetter în materie de muzică, outfits cu trademark boneta militară (Andrei a frecventat școala militară, așa că am integrat un element militar în ținutele lui)

Sonic Branding (on tour)

DJ set middle ground (deep-house, tech-melodios: personalitatea setului este redată de mash-ups proprii și unreleased)

Content online cu lansări de remixuri

Durata setului de 2h + 1h back2back DJ rezident

Endorsement DJ rezident prin difuzarea setului pe PRO FM, testimonial video cu acesta în cadrul documentarului ce va fi difuzat pe UTV și Music Channel.

Vizual (on tour)

Crearea vizualului pentru DJ set cu elemente îmbinate din sketch-uri (close-up Andrew Dum)

Automatizare și interacțiune cu publicul prin campania Xmarksthespot BOX

eg: Dacă postezi o poză pe Instagram din cadrul evenimentului, poza se putea afișa pe ecranele din venue)

XMarksTheSpot Box: proiecție cu visual în interiorul unui corner construit.

Parteneriate media

Promovare națională și locală cu promo pe radio/TV

- PRO FM, Dance FM, Digi FM (unde nu exista acoperire locală PRO FM)

- UTV, Music Channel, cross promo Digi FM

- Apariții la matinal radio (Pro FM, Digi FM)

- Articole pe platformele din trust: Pro FM, Dance FM, UTV, Music Channel, Digi FM

- A List Magazine, Men's Health, GQ, Luxury

Digi Mobile XnetSpot

Când te logai, apărea afișul și datele pentru logare cu adresa mail și nume - (colectarea bazei de date pentru follow up)

Social Media

Facebook: campanii targetate cu ads pe orașe

Instagram: campanie XMarksTheSpot

Box generat din panouri armonice cu proiecție vizuală în interior

Campanie de solitaritate targetată

✓ Am făcut probabil una dintre cele mai pertinente campanii de solidaritate, într-o nișă cu mari probleme de bullying.

<https://web.facebook.com/andrewdumusic/videos/1602620806490086/>

În urma turneului

✓ Am cules lead-uri (am generat baza de date din toate locațiile cu ajutorul celor de la DIGI România care ne-au oferit fibră optică dedicată de mare viteză și toți cei prezenți în locație aveau acces la Internet
Campania XMarkstheSpot: postările de pe social media cu [#Xmarksthespot](#) apăreau pe ecranele din club.

✓ Am convertit din consumatorii prezenți în locații în peste 6.500 leaduri pe care-i ținem la curent cu activitatea artistului (newslettere)

✓ 2019 a fost anul în care Andrew Dum a fost prezent pe scena celor mai mari festivaluri din România: UNTOLD, AWAKE, Afterhills, Summer Well Festival, DeepForest, ProFM on TOP.

✓ Decembrie 2019: Andrew Dum este amfitrionul petrecerilor 'behind close doors' - Louis Vuitton (CEE, SE, WA) și a altor branduri care s-au asociat cu el prin valorile comune pe care le-au regăsit în construcția de brand pe care am conturat-o.

În **2022**, te invit să urmărești îndeaproape acest proiect.

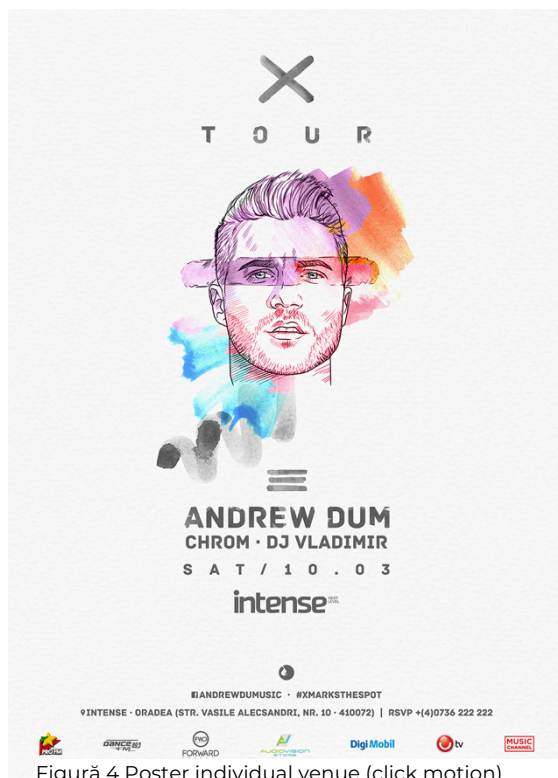
X TOUR ARTWORK



Figură 1 - Portret digitalizat, sketch cu motricitate



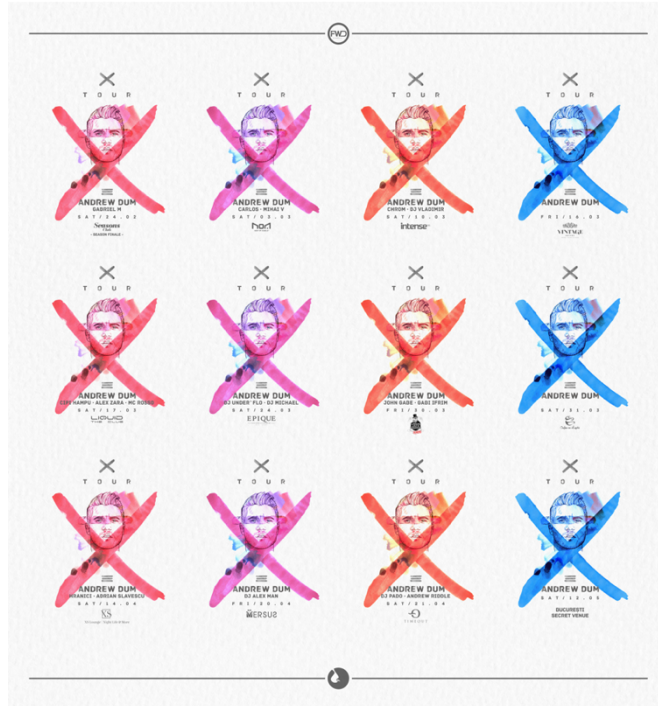
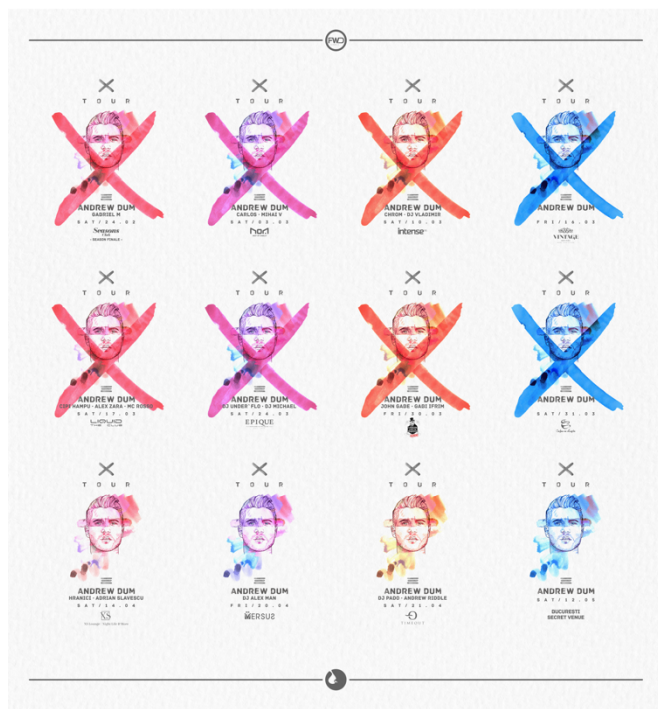
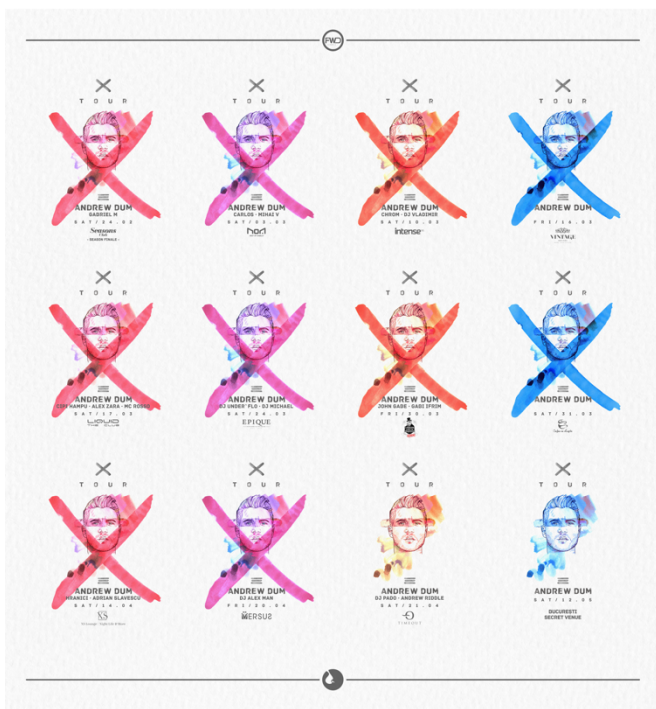
Figură 2 Poster anunț orașele din turneu



Figură 4 Poster individual venue (click motion)



Figură 3 Poster comunicat după fiecare event



„Îmi doresc ca toți ce vor citi acest statement să înțeleagă că niciun brand durabil și sănătos nu se poate construi fără: implicare, pasiune, ambiție și că indiferent de ceea ce alegi să faci trebuie să fii cel mai bun! Acestea au fost elementele care m-au ghidat și care în continuare o fac. Întotdeauna am fost conectat cu domeniul muzical, începând cu proiectul Unights, fiind și momentul în care am început colaborarea cu Bogdan până în momentul în care am devenit producător muzical.

Tot acest roadtrip a fost o experiență incredibilă, de la momentele în care îmi căutam inspirația (care nu este tot timpul cel mai ușor de găsit) până la momentele în care aveam lacrimi în ochi văzând și simțind vibe-ul oamenilor din fața mea.

Îmi aduc aminte primele noastre discuții în care am înțeles că focus-ul nostru nu va fi pe a avea hit-ul, ci în a mă face cunoscut în mintea oamenilor prin magia fiecărui playlist ales pentru fiecare gig'

- Andrew Dum