

KANALAK

Gure enpresak balorezko proposamena modu argi eta koherentean komunikatuko du; horregatik, euskal kultura, kontsumo arduratsuaren sustapena eta balio etikoak hartuko ditugu oinarritzat. Hasteko, merkatu-segmentu nagusiak bi izango dira: alde batetik, euskal musika entzuten duten pertsonak eta, bestetik, sinesmen sozial zein politikoekin konprometitutako erabiltzaileak. Hori dela eta, helburua ez da soilik aplikazio bat saltzea, baizik eta komunitate kontziente bat sortzea.

Ido horretatik, tokiko eragile eta artistekin lankidetzak estuak sustatuko ditugu, gure mezua modu hurbil eta fidagarrian zabaltzeko. Horretarako, kanal digitalak eta fisikoak uztartuko ditugu. Alde batetik, sare sozialen bitartez gure proiektuaren oihartzuna biderkatuko dugu: Instagram (@Oihartzun_App) eta TikTok (@Oihartzun_Live) erabiliko ditugu publiko gaztearengana iristeko, zozketak, podcasten zatiak eta gure balio etikoak (elkartasuna, justizia eta aktibismoa) zabaltzeko.

Instagramari dagokionez, hainbat ekimen dinamiko jarriko ditugu martxan jendea gure produktua kontsumitzera bultzatzeko. Esate baterako, gure lehenengo jaialdirako sarreraren zozketa estrategiko bat antolatuko dugu. Parte-hartzaileek jaialdiaren kartela beren "historia"-etan partekatu eta iruzkinetan jendea etiketatu beharko dute. Ekintza honen bitartez, gure ikusgaitasuna modu esponentzialean haziko da, gu ezagutzen ez gaituen jendearengana iritsiz. Horrez, merchandising-aren publizitatea ere txertatuko dugu profil honetan, beti ere gure balioekin bat datorren estetika zaindu batekin.

Bestalde, TikTok-en gure podcasten zati deigarrienak igoko ditugu, bideo labur eta inpaktante hauek jendea erakartzeko gaitasun handia dutelako. Garrantzitsuena da, bideo bakoitzaren deskribapenean gure negozioaren mezu klabeak —elkartasuna, justizia, aktibismoa eta giza eskubideak— argi eta garbi aurkeztuko direla. Era berean, artista eta aktibistekin egingo ditugun elkarriketek gure marka "Spotify-ren alternatiba etiko" gisa posizionatzen lagunduko digute.

Estrategia digital hau indartzeko, presentzia fisikoa ere landuko dugu kaleetan kartelak jarri, gure marka ingurune hurbilean ezagutarazteko. Gainera, Euskal Herriko hainbat enprekin harremanetan jarriko gara gure aplikazioa probatu dezaten; horrela, haiek gure zerbitzua lehen eskutik ezagutzen duten bitartean, gure izena zabaltzen lagunduko digute, publizitate estrategiko gisa lan eginez.

Azkenik, eta online estrategia hori borobiltzeko, aplikazio-dendetako posizionamendua (ASO) landuko dugu. Laburbilduz, kanal hauek guztiek modu sinkronizatuan funtzionatu dute, gure proposamen etikoa mundu osora zabaltzeko eta euskal musikari behar duen bultzada emateko.