



WARNER MOBILE
MUSIC

Música digital:
producción de contenidos,
distribución
y experiencia de usuario

Andrés Werner
Gerente de Desarrollo de Negocios
Warner Music



Agenda

- Relevancia de la música digital
- El desafío piratería
- Marketing de música digital
- Distribución digital
- Experiencia de usuario
- Rol de los medios
- Contenidos de valor



Relevancia de la música digital

- Tendencia de migrar hacia **plataformas digitales** (PC, reproductores, móviles)
- **Mercado pujante:** Online afuera, mobile localmente – la falta de banda ancha ayuda a la venta de discos, incentiva el canal mobile y perjudica las tiendas online
- La música digital muestra crecimiento vigoroso a nivel global



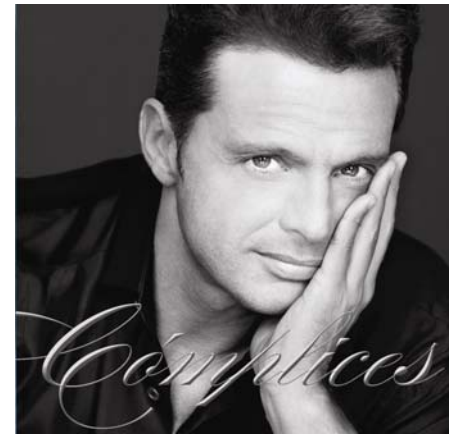
El desafío piratería

- El **precio marginal** por disco ilegal es marcadamente inferior al soporte físico
- **No es gratuita:** los costos relacionados que rara vez se toman en cuenta (PC, conexión a internet, reproductor de mp3)
- La música ilegal online es **simple**, la paga es compleja
- No hay en la región una **fuentes única de contenidos** digitales online, sólo ilegalmente accedés a toda la música



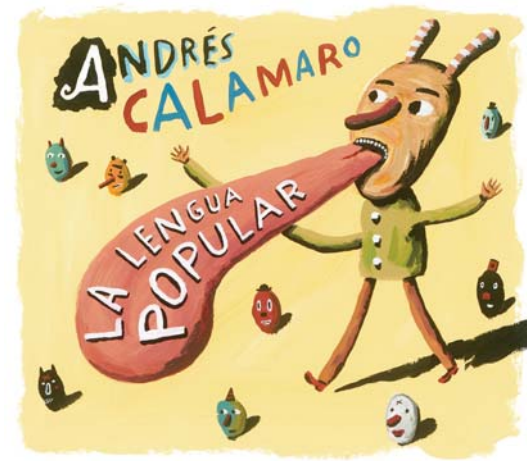
Marketing de música digital

- Ir **directo al consumidor** via medios tradicionales y no-tradicionales
- Factores críticos: **simpleza** de delivery, **claridad** de mecánica, transparencia en **pricing**
- Desarrollo de **mercados**:
 - consumidores de entretenimiento descentralizados, interior del país, grupos de afinidad, consumidores de productos puntuales, etc.
- El nexa con **consumo masivo**: ligar ciertos tipos de artistas con marcas y productos idóneos para generar canales de distribución relevantes



Distribución digital

- **Soportes online** permiten flexibilidad de acciones y asociaciones antes inviábiles
- Fabricantes de **terminales**
 - Asociación de atributos
 - Uso de funciones avanzadas
 - Diferenciación vía contenidos
- **Operadoras** de telefonía móvil ofrecen música digital como fuente de ingresos y llamador de tráfico a sus propiedades WAP – on & off-deck



Experiencia de usuario

- Foco sobre la **facilidad de uso** y expectativas satisfechas
- Quien accede a una plataforma digital de música deberá encontrar lo que busca en términos de **diversidad, calidad y fidelidad**
- Llegar al cliente final en su **momento idóneo** de consumo, de modo claro y relevante
- **Evangelización** del método de consumo de música digital

KID ROCK

ROCK N ROLL JESUS



Rol de los medios

- **Rádios:** promociones, aspiracionales, concursos
- **Televisión:** descarga directa, promos con videoclips, portales específicos
- **Prensa:** descarga directa, acuerdos de promoción y cobertura de eventos relacionados
- **Internet:** marketing por nicho, canales no tradicionales



Contenidos con valor

- **Offering** con valor para el consumidor
- Los **prelanzamientos** directos – contenidos no disponibles
- La producción de **contenidos exclusivos** - shows en vivo, colaboraciones puntuales
- Ofrecer grabaciones inéditas en forma **inminente** y costo-efectiva

