

the hunter

the catch

Strategic Inspiration

CATCH OF THE WEEK

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

JUAN IBAÑEZ I CAMILA MOHR - 11/03/2021

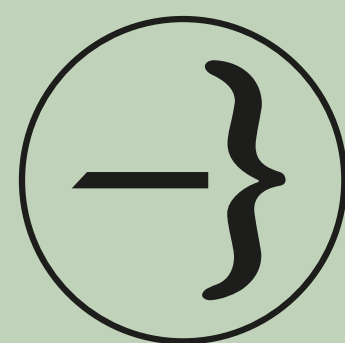
EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES



El llançament recent d'«El Madrileño», el nou disc de C. Tangana, és un reflex de les consideracions estratègiques que avui dia cal tenir en compte en el moment de construir una marca contemporània, rellevant i massiva.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

EL GRAN TAKEOUT ESTRATÈGIC



Es consoliden els nous «com fer» a l'hora de comunicar, innovar i activar en el mercat contemporani: col·laboracions globals, inclusió de diverses generacions, hibridació de categories, una perspectiva fluida sobre l'origen, una manera de segmentar per interessos i una nova mirada sobre la innovació.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

PER QUÈ HE DE LLEGIR AIXÒ?

Perquè ens enfrontem a una nova realitat en què les persones exigeixen canvis, veritat i valor en les maneres de fer de les marques.

Ja no n'hi ha prou a dir les coses, sinó que actuar d'una manera diferent i rellevant esdevé imperatiu.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

DE QUÈ ESTEM PARLANT?

El Madrileño, la nova proposta musical —que no només àlbum— de C. Tangana és un cas d'èxit sobre els nous «com fer» per a marques i companyies de qualsevol indústria i categoria, ja que en 24 hores va aconseguir col·locar set de les seves cançons en el Top 10 i tot l'àlbum en el Top 50 d'Espanya.

- **Col·laboracions globals:** un àlbum amb col·laboracions que reivindiquen una mirada subjectiva de l'essència i veritat «madrilenya» com ciutat multicultural i que permeten una entrada amb credibilitat a diversos mercats a través del «col·laborador» local. Cada cançó presenta una contribució diferent, amb diversos artistes que representen la realitat de Madrid i del món: Cuba, l'Argentina, l'Uruguai, el Brasil, Mèxic, els Estats Units i França, entre d'altres.
- **Transversal a totes les generacions:** treballa la inclusió transgeneracional, incloent-hi contribuïdors de totes les edats. De fet, combina col·laboracions d'artistes que aporten frescor i novetat, com ara Ed Maverick i Omar Apollo (de 20 i 22 anys, respectivament), amb les de músics consagrats que aporten una mirada basada en la seva experiència i el seu estil consolidat: Kiko Veneno, Eliades Ochoa, José Feliciano, Toquinho i Andrés Calamaro, entre d'altres.
- **Hibridació de categories (gèneres i sons):** de la mateixa manera que una marca decideix explorar i innovar en altres categories allunyades del seu territori, El Madrileño ho fa a través d'una multiplicitat de gèneres i de sons. Des del trap (origen de l'artista i un terreny que coneix molt bé), el folk, el pop, el flamenc, el rock and roll, la bossa nova, la bachata, el funk, el son, la copla i el pasdoble.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

DE QUÈ ESTEM PARLANT?

- **Perspectiva fluida sobre l'origen:** construeix una nova mirada sobre el que significa l'origen. Ja no és el «lloc de naixement», sinó l'espai on compartir, conviure i identificar-se amb un mateix lloc: «Madrid és de tots».
- **Una manera de segmentar per interessos:** una sumatòria de decisions cuidades que construeixen una proposta integral igual d'atractiva per a públics molt diversos. Les col·laboracions, els sons, l'audiovisual, l'expressió gràfica i la difusió estan plenes de picades d'ullet per als consumidors més «nínxol», sense deixar de ser una proposta de valor amb ambició i resultats massius (que domina allò que més s'escolta a España Spotify).

- **Innova sobre la innovació:** una nova perspectiva sobre la importància de proposar coses noves, no ja com una cosa excepcional i estanca en el temps, sinó com una proposta constant, àgil i sense por a equivocar-se.

En conclusió, una lliçó sobre estratègies que evidencien la importància de tenir un posicionament sòlid i una veritat de marca que sigui brúixola en el moment de pensar nous «coms», a l'hora d'innovar, comunicar i estendre una proposta de valor de manera contemporània.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

LINKS I EN QUÈ EM FIXO

Link [Spotify](#) “La Experiencia del Álbum”

Link [Youtube](#) full album



- Es mostren les “entranyes” de tot el que ha passat per generar el resultat final: discussions musicals, inspiració, idees, etc...
- Parla sempre en plural i esmenant “l’equip”.
- Reivindica la importància del contingut audiovisual amb un videoclip per a cad cançó.
- La importància de fiscalitzar un “espai de marca”: l’Hotel Riu Plaza España es construeix gairebé com la casa de l’artista on es comenten a generar experiències de marca para connectar amb els consumidors.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

PER QUÈ T'HA D'INTERESSAR

Perquè com a marques podem innovar amb sentit d'una manera menys tradicional per assegurar la rellevància en la conjuntura actual.

QUINA TENSÍO ESTÀ RESOLENT:

La cerca d'autenticitat i veritat per part dels públics que ofereix respostes «tangibles» en les quals poder creure.

DES D'UNA MIRADA ESTRATÈGICA:

Com adaptar un posicionament a la nova realitat i activar-lo a tots els touchpoints amb els consumidors i públics.

A QUI LI POT INTERESSAR:

A qualsevol categoria. Principalment a les marques i companyies que vulguin reinventar-se, reconnectar amb noves generacions i pensar noves maneres de fer les coses.

ON L'APLICO:

En l'aterratge de la comunicació, l'activació i la innovació.

COM L'APLICO:

Amb una resposta àgil, autèntica, amb valor i que representi l'essència de la marca no tan sols en allò que és «extern», sinó de cara a tots els públics interns.

COM D'INNOVADOR ÉS:

Categories com ara la música, el teatre, el cinema o la moda — que han estat les més impactades per la nova realitat— són les que estan proposant evolucions amb sentit, profundes, transversals i les que estan canviant les regles del joc de les categories.

CONCEPTES CLAU:

Innovació, màrqueting, rellevància, estratègia, generació Z, millennials, contingut, experiència, col·laboracions.

EL MADRILEÑO: UN ÀLBUM D'ÈXITS EN ESTRATÈGIES CONTEMPORÀNIES

EL VULL PER A LA MEVA EMPRESA O MARCA, QUÈ NECESSITO SABER?

QUI JA L'ESTÀ FENT SERVIR:

La moda ha reinventat els seus «coms» de manera inspiracional quan concep i presenta les seves propostes: desfilades que són vídeos/audiovisuals transmesos per streaming, el digital com a canal principal davant la pèrdua de milers de botigues físiques, els llançaments i la innovació desvinculats de les temporades i la immediatesa es tornen més reduïdes i conscients, i el disseny, irremeiablement, més connectat a la dada consumidor.

COSES QUE CAL TENIR EN COMPTE:

_La innovació ha de tenir un rol clar i coherent: es tracta d'innovar amb un sentit estratègic i en línia amb l'essència de marca.

_Llibertats per a la creativitat: es tracta de donar llibertat als col·laboradors perquè el resultat sigui representatiu per a tots.

_Relació simbiòtica i horitzontal entre creador i marca: tots dos costats potencien la seva veritat i se'n beneficien (no és una relació transaccional).

COM ME'N FAIG UNA IDEA MÉS CLARA:

Escoltant l'àlbum a YouTube (posant el focus en vídeos, collabs, entorns).

Spotify: «La Experiencia del Àlbum» (posant el focus en allò que passa entre bastidors, anotacions, vídeos exclusius, etc.)

COM EL COMPARTEIXO AMB LA MEVA XARXA:

«Estem tenint en compte tots els "coms" del nou avui per potenciar la proposta de valor de les nostres marques en tots els touchpoints amb el consumidor?»

M'INTERESSA PER LA MEVA MARCA, EXPLICA'M MÉS!

Aquest contingut forma part del tanc d'inspiració estratègica de The Hunter. Si vols que t'expliquem amb més detall com més de 15 anys investigant i mapejant ens serveixen per fer recomanacions estratègiques innovadores i culturalment rellevants, contacta amb nosaltres.

VULL SABER MÉS

the catch

Strategic Inspiration

The Catch és el tanc d'inspiració estratègica de The Hunter en què es comparteix la inspiració necessària per prendre les millors decisions estratègiques, en forma de recursos, continguts i idees úniques, fàcils d'entendre i d'aplicació immediata.

Tots els drets reservats. La propietat intel·lectual dels textos d'aquest document i de la seva reproducció és de The Hunter Projects, SL. Es permet la reproducció, amb finalitats no comercials, dels textos d'aquest document, sempre que se'n respecti la integritat i que se citi expressament la font i la URL: «Web de The Hunter Projects <http://thehunterprojects.com>»

No es permet la reproducció total ni parcial de les imatges o dels textos d'aquest document sense l'autorització prèvia de The Hunter Projects, SL. Contacte: rita.eliasson@thehunterprojects.com
La reproducció i la distribució públiques d'aquest contingut amb finalitats comercials, en qualsevol suport i per qualsevol mitjà tècnic, sense autorització expressa de The Hunter Projects, SL, queden específicament prohibides.

Qualsevol acte d'explotació, difusió i comunicació pública, i també qualsevol ús lucratiu, directe o indirecte, o comercial de qualsevol dels continguts que integren aquest document queda expressament prohibit sense l'autorització expressa prèvia i escrita de The Hunter Projects, SL.