

<https://dalszerzo.hu/2017/11/22/hogyan-lehet-felkerulni-egy-playlistre-milyet-csinaljunk-mi-magunk-tanacsok-a-bush-rol/>

Hogyan lehet felkerülni egy playlistre, melyet csináljunk mi magunk? Tanácsok a BuSH-ról

Szerző: ronaiandras Dátum: 2017/11/22

A Dal+Szerző blogon számos zeneipari konferenciáról közöltünk már beszámolót (köztük a tavalyi BuSH-ról itt), de az idei Budapest Showcase Hub konferencia része kiemelkedik közülük: ritkán fordul elő, hogy a “szórakoztató” (inkább az érdekes történeteket kiemelő, bár zeneipari tanulságokkal is szolgáló) és a gyakorlati haszonnal is járó beszélgetések arányát ilyen jól el tudták találni a szervezők.

Különösen informatív és sűrű volt a playlistekről szóló beszélgetés, ahol Justin Barker (Slice Music) és Olya Moldavskaya (The Orchard) **számos trükkbe avatta be a hallgatókat Tony Duckworth (PIAS) vezetésével. Mint arról már mi is írtunk több cikkben, a playlist a zenefogyasztás egyik legfontosabb formája**, amit még az iTunes programból (tehát nem az online áruházból, hanem a zenelejátszóból) örökölt a Spotify, majd a többi stream szolgáltató. Emellett az új zenék felfedezésének egyik legfontosabb helye manapság – ugyanakkor nem szabad, hogy egy előadó stratégiája kizárólag a playlistekre alapozzon. És az is fontos, hogy egy nagy playlistre felkerülni, az nem egy önmagában való cél; mielőtt elkezdünk dolgozni ezen, tisztáznunk kell, hogy mi a célunk ezzel, és hogy készen állunk-e arra, hogy kihasználjuk a lehetőséget.

A beszélgetés az audio streamre, ezen belül is a legnagyobb szolgáltató Spotify-ra koncentrált, bár a YouTube-on is vannak persze playlistként működő csatornák (mint a UKF vagy a Trap Nation), de jellemzően ezek előbb-utóbb elkezdnek kiadóként működni, és a Spotify-ra próbálják áttéríteni a rajongókat. Többek között azért, mert a mobilos zenehallgatás területén a YouTube hátrányban van, például mert nem megy a “háttérben” (nem szól tovább a zene, ha egy másik appot nyitunk meg) – és ugyanezért sok hallgató magától is átáll az audio stream szolgáltatásokra.

A playlisteket két fő irányból közelítette meg a beszélgetés. Egyrészt ott van az a probléma, hogy hogyan lehet felkerülni egy playlistre. Mint azt mindkét előadó mondta, bár arra már nincs lehetőség, hogy **az egyes playlisteket összeállító kurátoroknak** a Spotify-on belül küldjünk üzenetet, azért könnyen megtalálhatók például a Facebookon; vannak köztük olyanok, akik azt is leírják, hogyan lehet nekik számot küldeni.

Ez (vagyis az ún. **pitch**) **ugyanolyan szabályokat kell, hogy kövessen, mint amikor**

egy zenei lapnak ajánljuk a dalunkat. Először is ismernünk kell magát a playlistet, biztosnak kell lennünk abban, hogy a megfelelő helyre küldjük az ajánlatot, tehát a dal tényleg illik az adott playlistre. Meg kell ragadni és ki kell emelni, hogy mitől vagyunk különlegesek, mitől más ez a dal, mint az összes többi hasonló. Érdeemes valamiféle kapcsolatot kiépítenünk a kurátorral (ez persze nem a legnagyobbakra vonatkozik), és mindig jó, ha van egy történet a dal mögött, nem pusztán a zene. “A kurátorok nem akarják úgy érezni, hogy egy vesztést támogatnak” – mondta Justin Barker, vagyis látniuk kell, hogy ha esetleg egy dalt beválogatnak a playlistre, akkor abból lesz valami, lesz még megfelelő anyaga az előadónak a jövőbeli együttműködésekhez.

A kisebb playlisteket is érdemes megkeresni, már csak azért is, mert a legnépszerűbbekre általában úgy szokott bekerülni egy feltörekvő előadó, hogy a rendszer jelzi a kurátoroknak, hogy egy dal jól teljesített máshol. Továbbá érdemes figyelni arra, hogy az algoritmus által összerakott Release Radarra annál a hallgatónál kerülünk fel, aki követ minket a Spotify-on belül, tehát érdemes a rajongókat erre buzdítani.

A beszélgetésben felmerült az a kérdés is, hogy mennyire számít, hogy hányadik helyre kerül egy dal a playlisten. Justin Barker azt mondta, hogy az első számnak persze kiugró szokott lenni a hallgatottsága, és ez igaz nagyjából az ötödik helyig, persze csökkenő mértékben. Azonban ezután nagyjából egyenletesen oszlik meg, **közönhetően elsősorban annak, hogy sokan shuffle módban hallgatnak zenét.**

A playlistek használatának másik oldala a saját listák készítése – legyen ezek mögött egy előadó, kiadó vagy más zenei szereplő. Ebben a tekintetben az a hátrány, hogy a nagy cégek látókörében nem vagyunk benne (a Spotify-nak csak nemrég lett egyetlen kurátora a régióban, ezen belül Lengyelországban) előny is lehet: a fejlettebb piacokon egy playlist-készítőnek a Spotify saját brandjeivel kell versenybe szállnia, itt viszont nagyobb tér nyílik egy jól menő playlist felépítésére. Mint Olya Moldavskaya mondta, a régióban arra is gondolni kell, hogy nemcsak az ország lakói, hanem az innen külföldre kivándorolt, de az otthoni zenét követni kívánó emberek is a célközönségbe tartozhatnak.

Egy saját playlistnél a legfontosabb az első nyolc szám – árulta el Justin Barker. Ezt érdemes fele-fele arányban ismertebb és kevésbé ismert előadókkal megtölteni – az előbbi azért kell, hogy a hallgatók el tudják helyezni, hogy mi ez, és persze kapjanak valamit, amiről már tudják, hogy szeretik; utóbbi pedig azért, **hogy valami megkülönböztető jegye is legyen a playlistnek.**

Nem szabad persze azt gondolnunk, hogy ha megvagyunk az összeállítással, akkor készen vagyunk, várhatjuk a rajongókat: **promotálni is kell.** Ha ez egy zenekarhoz kötődik, akkor ez előnynek is mondható, **hiszen minden frissítés egyben jó téma a közösségi felületeinken. Továbbá érdemes az új dalokat a megjelenéskor betenni**

egy playlist legelejére, és a rajongókat nem pusztán a számhoz, hanem ehhez a playlisthez irányítani, hiszen így ha meghallgatták az aktuális számot, akkor így jóval valószínűbb, hogy az előadót hallgatják tovább, és nem mennek el más dalokhoz – magyarázta Olya Moldavskaya.

Fontos még, hogy a listát rendesen felcímkézzük, és “tényleg az legyen, aminek mondja magát“. Ha tehát például úgy neveztük el, hogy “trashy pop”, akkor tényleg “vacak popdalok” legyenek rajta, hiszen akár ezzel is lehet követőket gyűjteni, azt viszont el kell kerülni, hogy más irányba visszük el a playlistet – mondta Justin Barker. Ha egy kiadó készít playlistet, akkor figyelnie kell arra, hogy ne csak saját dalait rakja rá; és előadóknak is érdemes például a kedvenceiket bemutató playlistet összerakni. A különböző kisebb playlistek együtt is működhetnek egymással, például **“dalcserét” megbeszélve.**

További Irodalom:

https://issuu.com/artisjus/docs/dsz_09

7. oldal.