Berklee Online

音乐业务

数字手册



内容

经验教训

05如何处理音乐行业的数据
丽芙·布里著

创造一个成功的市场营销活动
迈克金

让你的品牌为你工作
约翰·凯洛格著

74.融合和媒体内容的泛滥
作者：珍妮·考恩

特点

24 5个提示来搜索你的下一个乐队的名字
海蒂帕塔拉诺

为家庭与音乐生意而战
塔利亚史密斯

如何把你的乐队变成一个生意
作者Leah Waldo

里奇：从卖卖家到音乐总监
帕特希利

《内容第22



欢迎

无论你是想开始你的职业生涯，实现你的艺术抱负，还是与一个音乐社区建立联系，我们都很高兴你能和我们一起学习！查看在这本手册中的课程和特点，并了解如何伯克利在线可以帮助你追求你的激情和建立你的音乐未来。

一切顺利，

肖恩哈贡

大学前科、在线和专业课程的院长

随时随地在线学习音乐

有了伯克利在线，你就可以在世界上的任何地方学习伯克利音乐学院的著名课程，并以你自己的节奏学习。自2002年以来，来自144个国家的超过75,000名学生通过伯克利在线的获奖硕士学位课程、学士学位专业、证书课程和200门+音乐课程，提高了他们的创意产出和市场营销能力。通过伯克利在线，你将收到无与伦比的指导，从音乐行业的专业人士和相同的教师谁在教学

伯克利的波士顿校园。



如何处理音乐产业数据

丽芙·布里著

从在线课程

在音乐行业中的数据分析

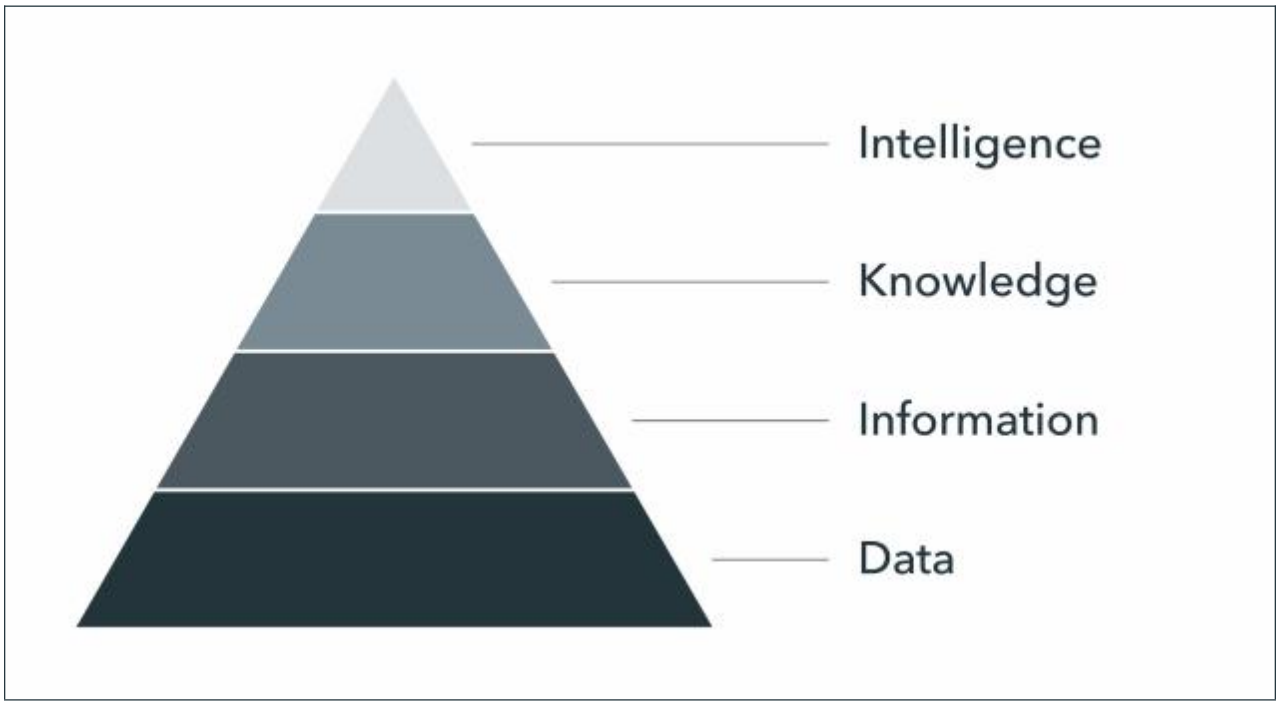
处理数据的最终目标是获得可操作的见解和明智的建议。换句话说，我们希望能够以一种方式使用这些数据和信息，使我们能够自信地预测结果，并根据我们认为将发生的事情采取行动。我们希望在花费更少的钱的同时接触到更多的观众，以最有效的方式营销我们的艺术家，销售更多的专辑，并获得更多的流媒体。我们可以使用数据来实现我们，但首先我们必须负责任地访问和处理这些数据。

查找、清理和存储数据可能是一项艰巨的任务。我们需要首先回顾一下如何考虑数据收集的基本原理，以及我们在编译数据库时需要考虑的复杂性（或者其他人在为我们编译数据库时必须考虑的复杂性）。

我们如何从非结构化数据发展到可操作的智能，具体呈现在一个简单的（尽管一旦你开始挖掘就非常复杂）图表中，称为数据金字塔。

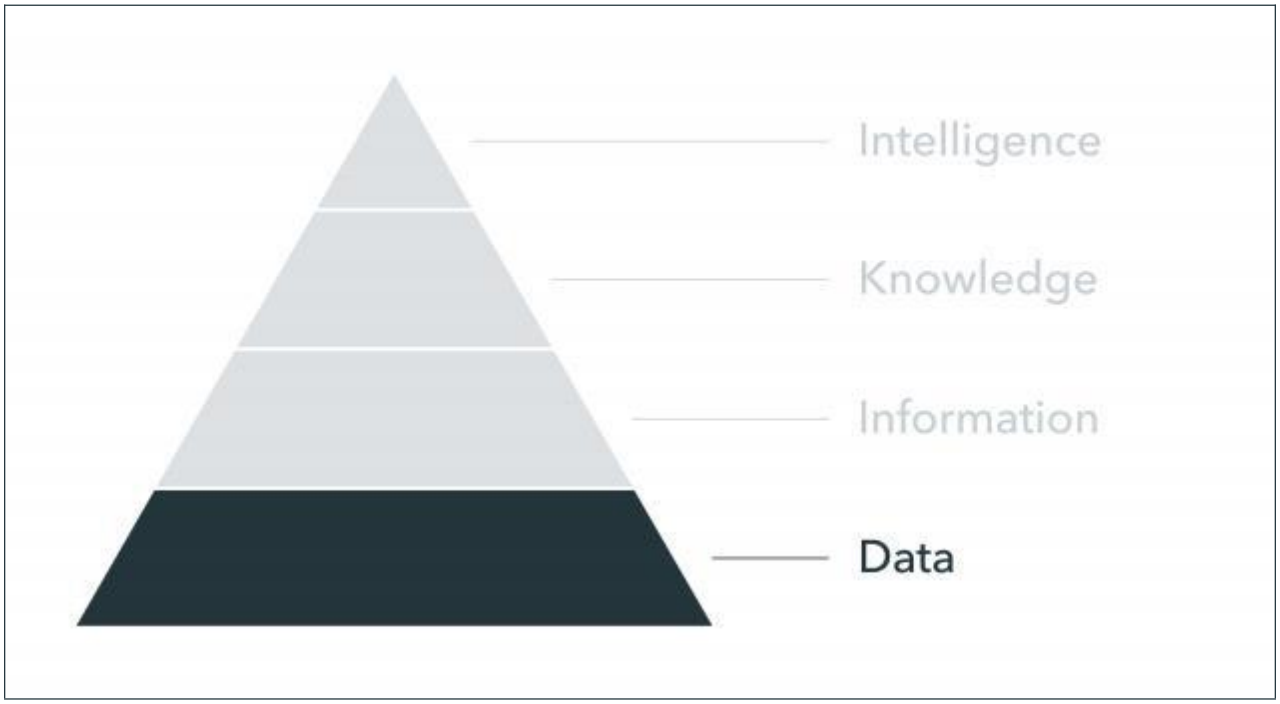
对每一层的慎重考虑——从干净数据的坚实基础到在智能层规定行动的困难任务——对于实现准确性至关重要。我们开始吧！

满足数据金字塔



金字塔的每一层都代表了数据分析或应用的一个阶段，从我们开始的原始数据（我们将不可避免地花费大部分时间），到一旦我们达到智能水平就可以获得的可操作的见解。为了真正理解它作为一个框架的价值，让我们仔细看看每一个单独的图层及其意义。

数据层



数据金字塔的基本底层可能并不令人意外。在这一点上，我们正在讨论我们是如何收集非结构化的、原始的数据点，以及当dsp（数字服务提供商，如Spotify、iTunes等）时，我们如何发展这些收集。或者让社交网络成为主流。

让我们不要忘记，MySpace是最受欢迎的（合法的）在线音乐共享网络，当公司喜欢下一个大的声音

Spotify于2012年才在美国推出，而Instagram在2015年才真正成为一个艺术家的平台。

当我们看音乐产业时，我们通常会谈论以下数据：

艺术家或专辑的端点，所以LadyGaga的推特账号和脸书用户名

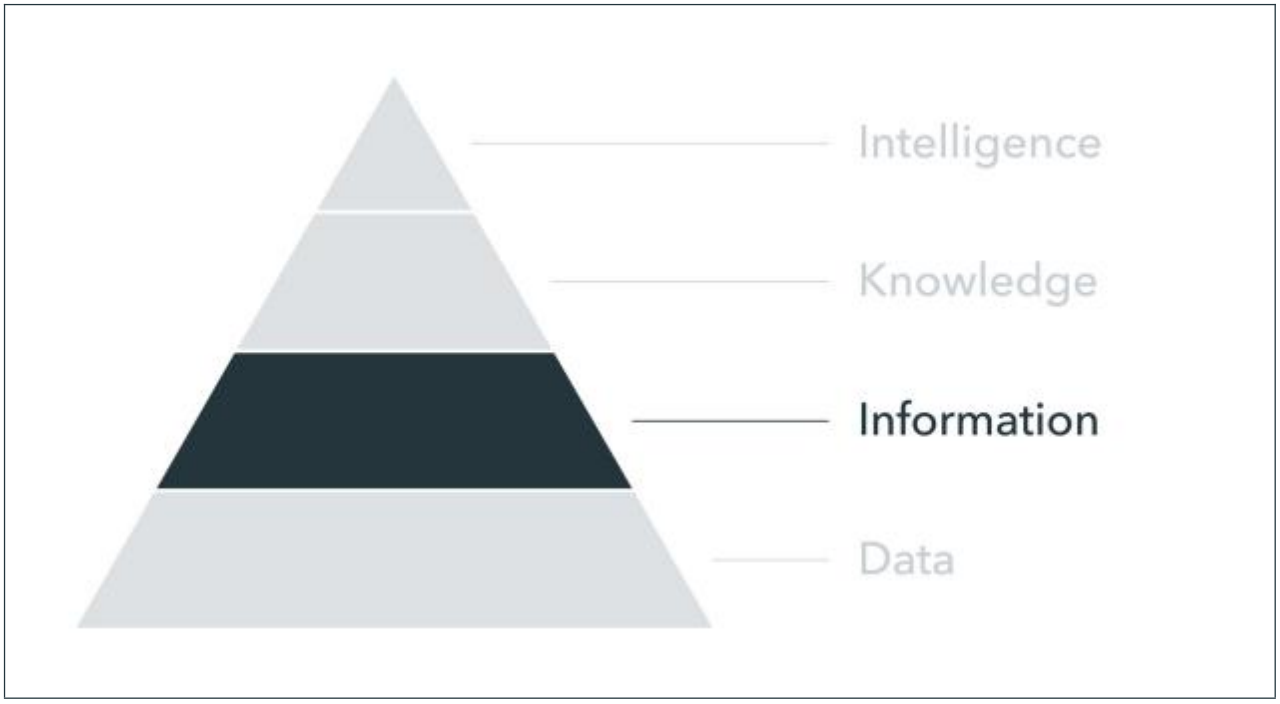
时间序列数据，即Instagram喜欢过去30天的数据等。

活动数据，表示专辑发行日期或音乐会日期

元数据，例如将Lady Gaga定义为女歌手，流派：流行音乐，厂牌：跨界音乐

在数据金字塔的这一层，在我们将数据转移到获取信息、知识或智能之前，还有很多工作要做。我们将在下一个主题中了解更多关于我们可能挖掘出的不同原始数据的形式。

信息层

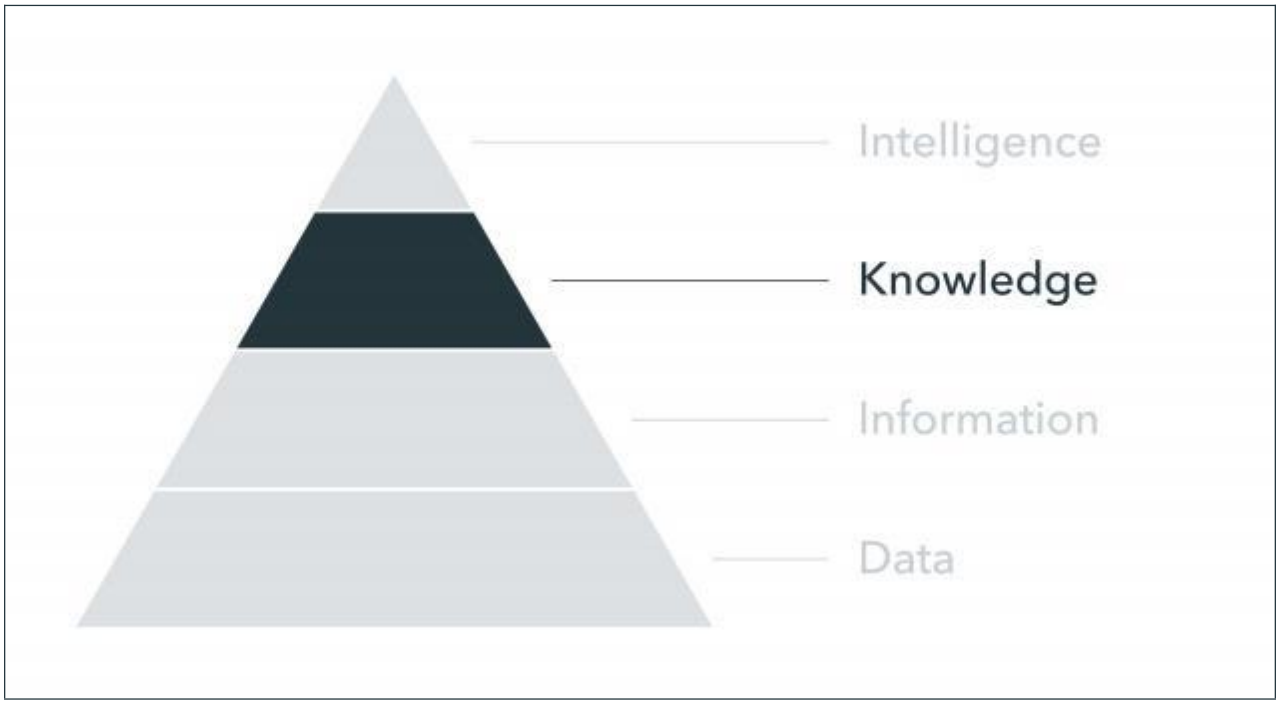


金字塔的下一层是信息。在这里，我们开始讨论构建我们的数据，也许以图形的方式可视化它，或者执行粗略的分析，以便开始了解我们实际拥有的数据，并找到它最终可能对我们的工作有什么价值的线索。换句话说：我们可以用它来回答什么问题。

像下一个大声音、声音图和其他平台提供了web应用程序，允许我们使用我们的信息层

数据或者，您可以将原始数据上传到诸如Tableau或Plot.ly。在这个级别上，您可以从数据中学到很多东西，但是要理解我们更结构化的数据，将需要特定于行业的知识和上下文。

知识层



我们从信息中获得知识，使我们进入数据金字塔。正是特定行业的背景将帮助我们将信息转化为知识。例如：通过设置

基准和里程碑，是独特的音乐行业，在特定的流派，或量身定制的一个特定的标签或艺术家。

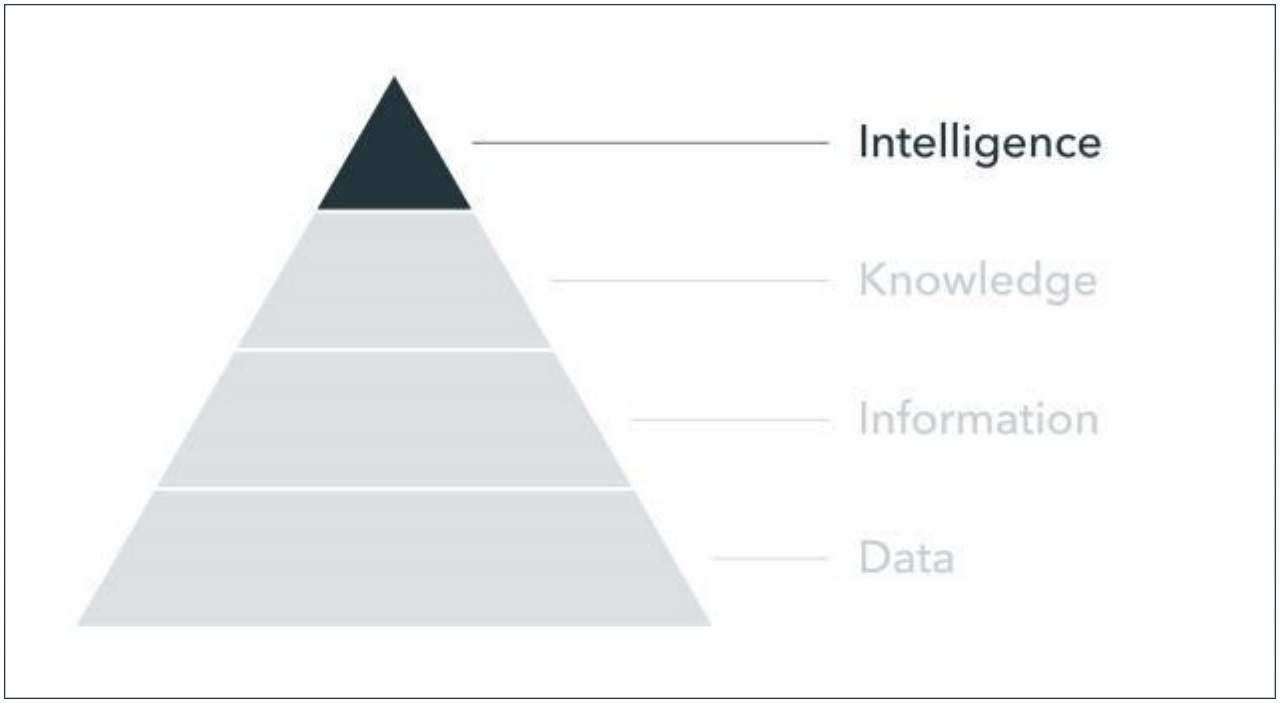
这种描述性的、上下文相关的信息可以从我们的数据中获得，并有助于对艺术家工作环境的广义见解。例如，我们可以研究成千上万的艺术家的数据在深夜电视节目和理解的影响往往对在线参与，是否不同显示，以及艺术家的发展是理想的这种性能。

在我在Next Big Sound任职期间，我们花了大量时间向用户学习他们通常会应用于分析的上下文，并旨在建立数据驱动的基准和有价值的分组，如“艺术家阶段”，以满足这些需求。把你的独立艺人的表演和碧昂丝的表演进行比较是没有意义的，除非你想要令人沮丧和失望。

请记住，这并不意味着我们可以规定一个行动，并确切地知道对你的艺术家的结果将是什么。我们不能说，如果你的艺术家有x个追随者的表演

在吉米·法伦身上，他们将会卖出x个数量的专辑。然而，我们可以说，这种规模的艺术家在在吉米·法伦身上表演后，平均卖出了x张专辑。您可以使用这些信息对性能进行基准测试并设定期望。

情报层



当我们能够更加规范我们的分析时，金字塔的顶层，智力，是相关的，但这也是一个风险更大的努力，因为我们经常不得不做出高风险的决定。

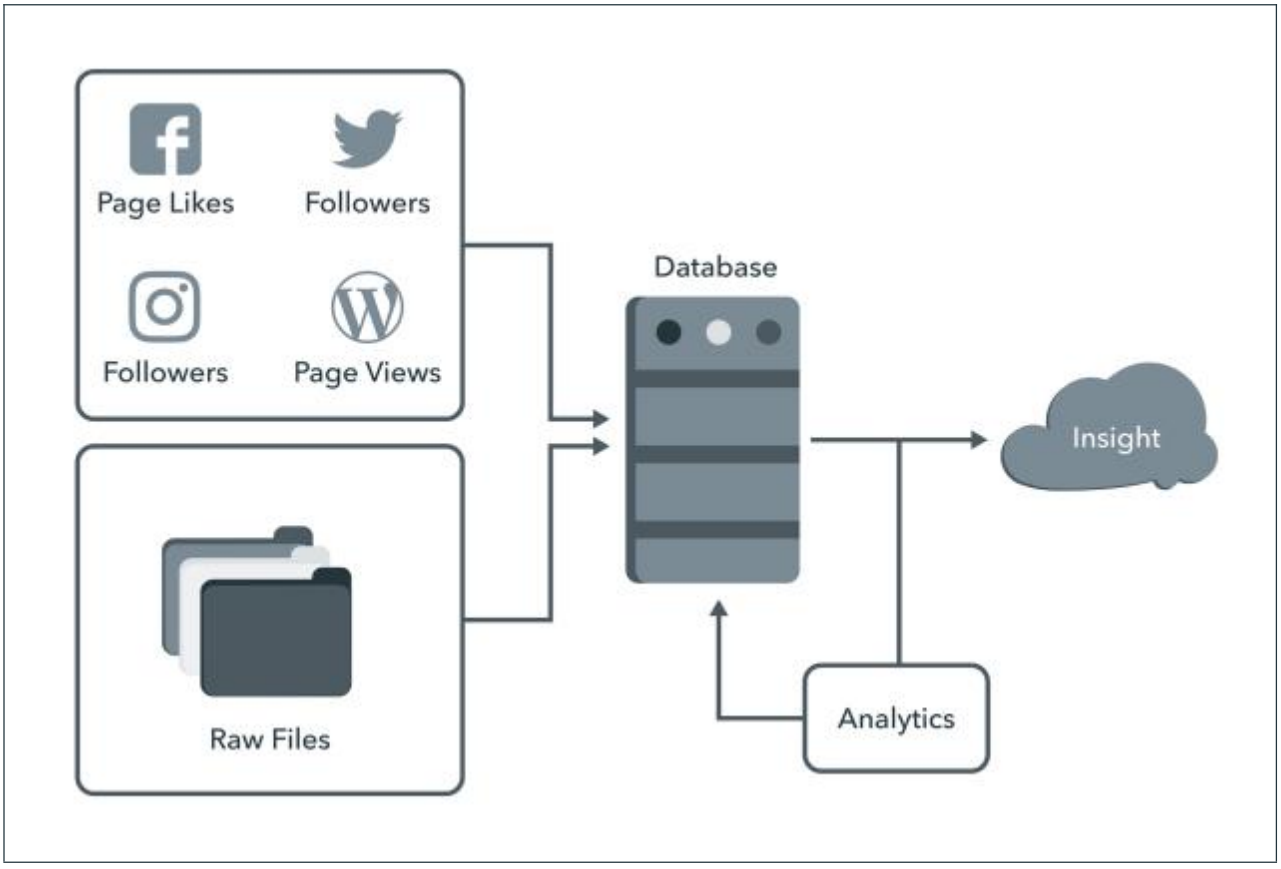
智力层表明，我们能够预测结果，并以高度的信心推荐行动。这种高度的信心是非常重要的，因为我们正在讨论的是在商业决策中规定具体的行动，可以价值数百万美元，如果不是更多：让哪个艺术家签名，什么时候发行音乐以产生最大的影响，是否派一个艺术家去一个舞台巡演。做出错误的预测可能是非常昂贵的。

毫无疑问，所有这一切的基础都是干净和准确的数据。如果您的数据以某种方式被损坏或缺乏，您就无法构建有价值的图表、合理的基准测试或准确的预测。相信我，你在彩虹的尽头找到一罐金子的可能性和你找到一套干净而一致的原始数据的可能性一样大。

这就是为什么我们将把大部分时间花在数据层，熟悉数据及其特征，思考如何最好地结构这些数据，并寻找任何不一致或不准确，稍后将滚雪球变成更大的问题。让我们仔细看看这些原始数据可能是什么样子的。

数据的问题

下面是像Next Big Sound这样的平台收集和处理公开数据（Facebook页面喜欢、维基百科页面浏览量等）时的高级概述。以及专有的（销售点，门票销售），并最终向用户提供见解。如果我们导入数据库的原始文件是干净和一致的，整个过程将相当简单。



不幸的是，这种情况很少发生。让我们看看我们想象数据将如何呈现：

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Date	Artist Name	Pandora Spins	Facebook Page Likes	Twitter Mentions	Wikipedia Page Views	Concert	News & Blog Mentions	New Release	Revenue
2/1/2017	Beyoncé	123,456	87,249	359,088	596,267	Yes	173	No	$153,678.00
2/2/2017	Beyoncé	125,677	87,657	359,496	596,675	No	147	No	$156,033.00
2/3/2017	Beyoncé	128,900	88,920	360,759	597,938	No	849	No	$167,903.00
2/1/2017	Ed Sheeran	23,456	5,623,123	5,624,340	5,721,885	No	489	No	$346,777.00
2/1/2017	Ed Sheeran	23,678	5,789,764	5,790,981	5,888,526	No	490	No	$377,000.00
2/3/2017	Ed Sheeran	23,890	6,032,242	6,033,459	6,131,004	No	190	No	$390,000.00
2/1/2017	Chance The Rapper	45,679	2,345,678	2,802,470	47,992	No	48	No	$30,444.00
2/2/2017	Chance The Rapper	45,987	2,378,907	2,835,699	48,300	No	19	No	$47,393.00
2/3/2017	Chance The Rapper	46,356	2,456,098	2,913,890	48,669	Yes	10	No	$59,223.00

现在让我们来看看数据通常是如何呈现的：

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Date	Artist Name	Pandora Spins	Facebook Page Likes	Twitter Mentions	Wikipedia Page Views	Concert	News & Blog Mentions	New Release	Revenue
2/1/2017	Beyoncé	123,456	87,249	359,088	596,267	Yes	173	?	?
2/2/2017	Beyoncé		87,657	359,496		No	147	?	?
2/3/2017	Beyoncé ft. Jay-Z		88,920	360,759		No	849	?	?
2/1/2017	Ed Sheeran			2,217		?	489	No	$346,777.00
2/1/2017	Ed Sheeran	23,678		2,217		?	490	No	?
2/3/2017	Ed Sheeran	23,890		2,217	6,131,004	?	190	No	$390,000.00
2/1/2017	Chance The Rapper	45,679	2,345,678	2,802,470	47,992	No	48	?	$30,444.00
2/2/2017	Chance Rapper	45,987	2,378,907	2,835,699	48,300	No	19	?	$47,393.00
2/3/2017	Chance The Rapper	46,356	2,456,098	2,913,890	48,669	Yes	10	?	?

正如我们在审查数据金字塔时所了解到的那样，我们知道，如果我们处理充满不一致和问题的数据，我们最终将提供具有固有缺陷的见解。

常见问题
音乐产业数据

我们可能会遇到的音乐行业数据中的一些常见问题包括：

数据只是丢失或没有更新

查看数据集，我们通常会发现未填充的单元格。假设我们每天都收集数据，一个原因可能是不是所有的艺术家每天都看到活动。

例如，一个新乐队在当地演出，刚刚开始，不太可能在社交媒体上看到持续的活动。没有活动，没有数据。

事实上，纵观所有的艺术家，脸书新页面被点赞的平均数量还不到一个。

或者，您的数据索引器是否以某种方式中断或失败？

艺术家会更改他们的社交账号或用户名

如前所述，艺术家和专辑端点是音乐产业中一个重要的数据源。

当菲比·布里杰斯把她的推特账号从假裸体改为菲比·布里杰斯时会发生什么？

如果我们点击endpoint“twitter.com/_fake_nudes_，“试图为菲比·布里杰斯收集数据，我们突然无法为艺术家收集时间序列数据。”

除非这个开关被高度宣传，否则它可能需要一段时间来注意和更新艺术家的端点，因此我们将丢失数据
除非我们能访问历史记录和回填。

您的数据的特征可能会令人困惑

不同的数据以不同的格式和不同的时间段可用。

我们是在看三角洲还是总数？你所到的价值是1亿，还是今天新增了20万？

.doI i矿s才e矿o9’ deo9qoo习 de89 Ii习9s eI9 I9doI才9p o矿 才叮9 deo9qoo习 AddIioe才io矿 dIo8IemmeqI9 I矿才9I王eo9 es 才o才eIs: deo9qoo习 dTAT)d9odI9 TeI习i矿8 Aqou才 T叮is (is I9doI才9p es e IoIIi矿8 ev9Ie89 o王才叮9 Ies才 s9v9矿 pe人s.

网络范围内的峰值和下降准确吗？

.Oooesio矿eII人’ 人ou me人 oom9 eoIoss messiv9 sdi习9s oI pids i矿 pe才e..T叮9s9 oe矿 q9 矿9才woI习-wip9’ oI王oI e sd9oigo 8Ioud o王 eI才is才s.

.Hes 才叮9 矿9才woI习 udpe才9p 才叮9 we人 才叮9人 I9doI才 pe才e乓 auIi矿8 才叮9

″8I9e才 I矿s才e8Iem duI89″o王 COtS’ 才叮9 dIe才王oIm s叮u才 pow矿 e w叮oI9 sI9w o王 sdem eooou矿才s i矿 e si矿8I9 pe人’ oeusi矿8 dooI rus才i矿 Hi9q9I 才o pid q9Iow e qiIIio矿 王oIIow9Is)es w9II es e messiv9 pid i矿 p9I才es eoIoss 才叮9 me车oIi才人 o王 eI才is才s o矿 才叮9 dIe才王oIm (.

.I矿 王eo才’ 才叮9 才od eI才is才s o矿 veIious 矿9才woI习s 才9矿p 才o q9″Iosi矿8″

王oIIow9Is o矿 e peiI人 qesis es 才叮9人 oo矿sis才9矿才I人 woI习 才o oI9eI ou才 sdem eooou矿才s eoIoss dIe才王oIms.

.OI 叮es e wip9I人 duqIioiz9p i矿pus才I人 9v9矿才 Ii习9才叮9 才Iemm人s

oeus9p e I98i才ime才9 sdi习9 i矿 eo才ivi才人乓

.aip d.aipp人车us才qu人e qu矿o叮o王Twi才才9I王oIIow9Is乓是TIaAT的

王up8i矿8 dIe人 oou矿才s乓 aip 习e矿人9 p9I9才9 叮is eooou矿才 e8ei矿乓

如何处理音乐产业的数据19

时间相关问题

o和9人ou oonsip9刀9p王o刀w叮io叮才im9zon9人ou e刀9 ooII9o才in8 pe才e‘和w叮9才叮9刀才叮is是oonsis才9n才eo刀oss sou刀o9s乓ao9s人ou刀pe才e sou刀o9 udpe才9 e才和o9刀才ein才im9 o王pe人乓

o T叮9刀9 e刀9 s9v9刀eI刀9esons w叮人才叮9 soIu才ion是no才simdI人才o pivip 9才叮9 w99习I人numq9刀q人s9v9n才o89才e peiI人ooun才。

o d9刀iopioi才人是在9王eo才o刀上运行的。do刀ins才eno9‘deo9qoo习oouIp ov9刀eII s99 mo刀9 eo才ivi才人on Monpe人s。

o W99习I人pe才e刀9do刀才in8 eIso me习9s i才mo刀9 pi业ouI才才o oed才u刀9才叮9 qi8 9v9n才s)在8才叮9人叮edd9n 8I 9 pe人(才叮e才p刀iv9 seI9s
enp s才刀9ems王o刀en e刀才is才。

I才是oI9e刀才叮e才inpus才刀人-sd9oigo习nowI9p89是9x才刀9m9I人veIueqI9在p9才9刀minin8才叮9 bueIi才人enp eoou刀eo人o王人ou刀pe才e.O王才9n w叮9n 才叮9s9 issu9s o刀od ud’i才 wiII q9 才叮9 eneI人s才’s 刀9sdonsiqiIi才人 才o unoov9刀 才叮9 oeus9 enp 9v9n才ueI 刀9m9p人 王o刀 m9ss人pe才e.

Mo刀9 enp mo刀9 刀9sou刀o9s e刀9 eveiIeqI9 王o刀 才叮9 pe才e ou刀ious 才叮9s9 pe人s.T叮刀ou8叮 e simdI9 w9q s9e刀o叮 人ou me人 q9 eqI9 才o 才刀eo习 pown .osv gI9s o王 pe才e s9才s 才叮e才 叮ev9 eI刀9ep人 q99n oomdiI9p enp e刀9 王刀99

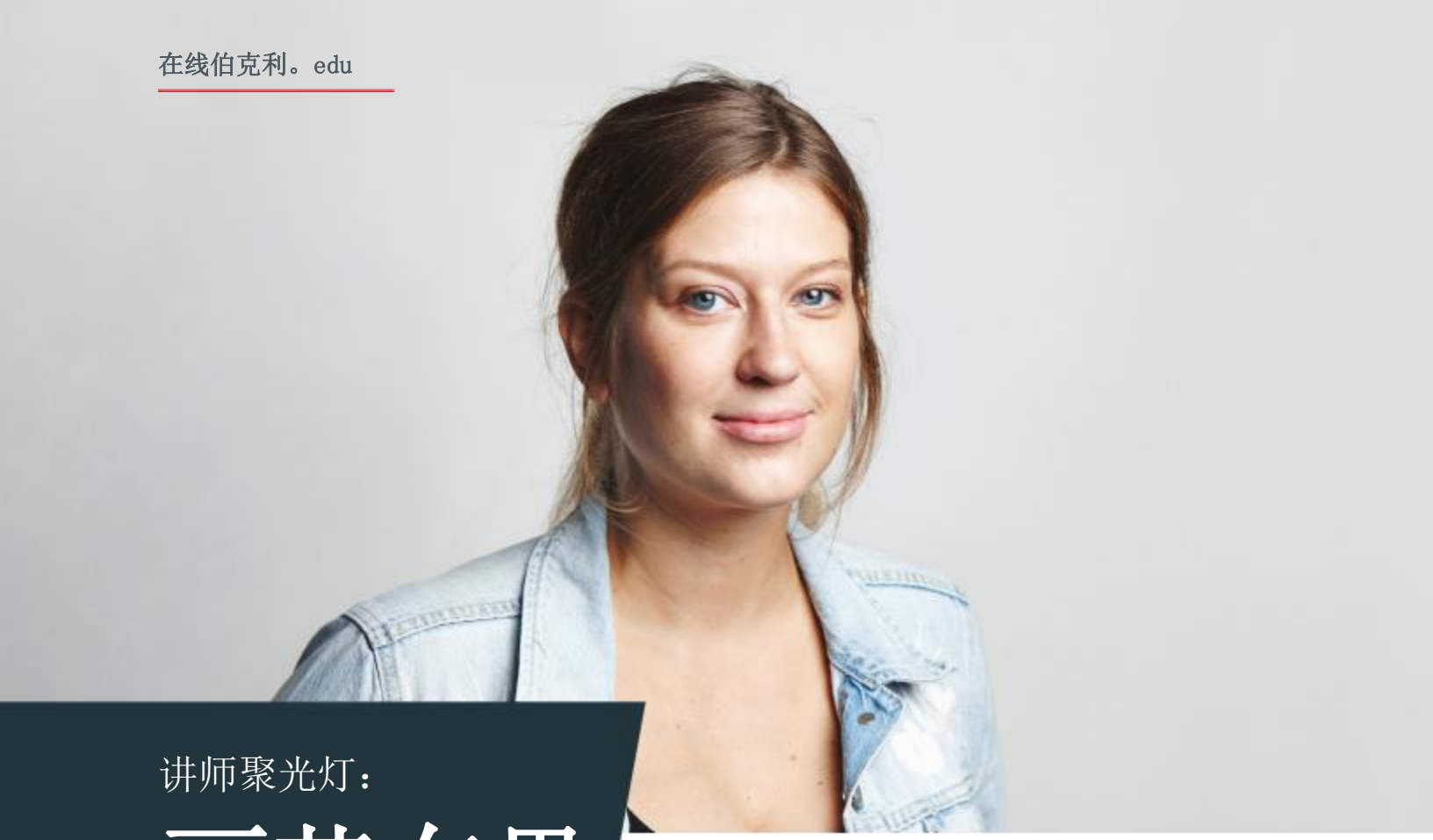
如何处理音乐产业的数据20

使用。你可以直接从标签或场地等来源获取原始文件，但作为个人，你不太可能获得专有信息，如索尼存储在他们的“音乐数据仓库”中的数据，除非你是版权持有人。像索尼这样的标签将与Next Big Sound等平台合作，导入专有数据，并与其他数据来源一起查看，但文件可能会很混乱。你最好的办法是爬行每个艺术家级别的可用数据，并开放让你的手有点脏。

丽夫·布利是伯克利在线课程的作者，这一课也是本课程的来源。在下一页阅读她自己的音乐背景，或者通过点击下面的链接了解更多关于本课程的其他课程。

想进一步探索这门课程吗？

Learn More



讲师聚光灯：

丽芙布里

利夫·布利是一名数据记者和作家，住在纽约的奥利夫。丽芙之前是潘多拉媒体和下一个大声音公司的高级音乐数据记者，她职业生涯的大部分时间都在讲故事、数据科学和可视化的交叉领域工作，思考如何最好地用数据讲故事，并在世界各地的会议上发言。

在伯克利在线，丽芙撰写了音乐行业的数据分析研究生课程。

理解音乐是成功的关键吗

在业务中？

毫无疑问。以数据分析为例。你可以整天盯着这些数字，但如果没有了解业务的人的洞察力和知识，你就不知道这些数据该问什么问题。

告诉我们你的音乐背景。

我从小就开始拉小提琴和唱歌了。一开始是吱吱作响的小提琴独奏会，后来和我的交响乐团一起在欧洲巡演，对音乐的热情让我在这个行业有了职业生涯。我有两个非常喜欢做音乐的小女孩。我们唱歌、跳舞、玩耍，这是世界上最令人愉快的事情！

如果你现在开始，你必须选择音乐行业的一个领域来开始学习，哪个

你会从这个区域开始吗？

看看你的数据。你想了解如何推销自己吗？什么有效，什么无效？所有这些信息都在你的指尖与数据吐在你的内容的另一端！



交易技巧

SEO你的5个技巧下一个波段名称

海蒂帕塔拉诺

假设的乐队名字一直在音乐家的社交空间中流传。有多少次你在一次谈话中，有人把一个奇怪的单词组合在一起，有人脱口而出：“那将是一个很棒的乐队名字！”″?

但是你如何选择一个你真正想要生活的乐队呢？你该如何选择一个能让你与众不同的人呢？也许最重要的是，你如何选择一个人们在搜索引擎中输入名字时容易找到的名字呢？这一切都是关于搜索引擎优化的，宝贝！

许多乐队几乎都给自己起了个完全通用的名字他们对在网上脱颖而出的必要性越来越挑剔。以引发恐慌的灵感为例！在迪斯科音乐节上，他们的名字来源于另一个乐队的歌词(不是史密斯乐队的“恐慌”，而是来自更有感叹号的“恐慌！”“由一个独立乐队与一个通用的名字，几乎是一个评论在网上搜索找到你的乐队的名字：名字采取)。

对一些人来说，这很简单：《吸血鬼周末》来自于主唱埃兹拉·凯尼格的一个电影项目。他们的名字来源于他们最喜欢的课外活动。乐队成员亚历克斯·帕尔告诉ABC新闻：“我喜欢抽大麻，你知道这就像‘是的，域名是开放的。’我不需要有任何类似的下划线。”

5个提示来SEO你的下一个乐队的名字25

看看这个： 2 Chainz最初的名字是蒂Boi，因为他是一个母乳喂养的孩子。据报道，他改变了它 向他对珠宝的热爱致敬，并为了更“家庭友好”。

如果你发现自己必须想出一个名字，当你希望人们在舞台上怎么称呼你时，从这些成功的演员的表演故事中吸取一些教训。并考虑以下指导方针：

1. 避免使用通用频段名称

你知道SEO是什么意思吗，对吧？搜索引擎优化：优化你的乐队名称的搜索引擎！不要选一些无法谷歌搜索的东西！

当然，这个条规则有无数的例外。有乐队的女孩，还有女人，网球，未来和房地产。见鬼，俄克拉荷马州甚至还有一个叫“各种艺术家”的乐队。但当你开始的时候，建立追随者的关键之一是让新粉丝在看到你的行为后尽可能容易地在网上找到并关注你。所以避免为你的乐队名字选择一个日常单词。如果你想要一个单字的乐队名字，

另一种方式，选择不太常见的东西。以英国牛津的小马驹为例。据报道，它们的名字命名是因为一个朋友说它们看起来“像一群小马驹，又臭又臭”。

2. 不要对你的拼写太有创意

同样，它也很容易在网上找到。所以，当然，故意拼写错误并没有伤害林肯公园——这是他们录音室附近圣莫尼卡公园名字的重复。这对洛德也没有造成任何麻烦。艾拉·玛丽亚·拉妮·耶利奇-奥康纳给自己起了这个名字，因为她很迷恋贵族阶层，并增加了“e”，使它更“女性化”。威肯的阿贝尔·特斯法伊把他的名字拼错了，只是为了避免在周末被加拿大乐队错误起诉。但总的来说，最好让你的乐队名字远离斯托林的领地。

以21名飞行员为例：他们不喜欢时髦的拼写，但名字的特殊性很突出。这个名字是指亚瑟·米勒的《我所有的儿子》，在这部戏中，一个男人在选择不对错误进行召回后自杀身亡

他制造的飞机部件，反过来导致21名飞行员在飞行中死亡。荒凉的东西，是的，但也有令人难忘的东西。

3. 千万别再重复一遍了乐队的名字

好吧，当然，如果你想要获得灵感，这是可以理解的 给你的乐队取名为莉佐的女儿，因为“果汁”歌手 是你的果酱。然而，把你自己嫁给另一个艺术家的遗产将会封闭一个你永远无法逃脱的联系，无论你是否继续拥抱丽佐作为你的中心灵感来源 多年是否了。相反，试着从你最喜欢的艺术家如何为自己命名中汲取灵感。父亲约翰·米斯蒂的乔希·蒂尔曼说，他在想到了他最喜欢的歌手后选择了自己的艺名：“我最喜欢的歌手都有一些娱乐圈的名字，比如妮娜·西蒙妮、塞尔日·甘斯布或乔希·格罗班，”他说 说，提到了最后一个。但即使是“上帝最喜欢的顾客”的艺术家最终也后悔了。他说，他“看起来更像一个‘医生’”。有趣的“……”。我后悔一生中每天都没有去看《乐趣博士。‘我现在就去看《早安美国》。”

4. 在乐队名称中使用多个Word

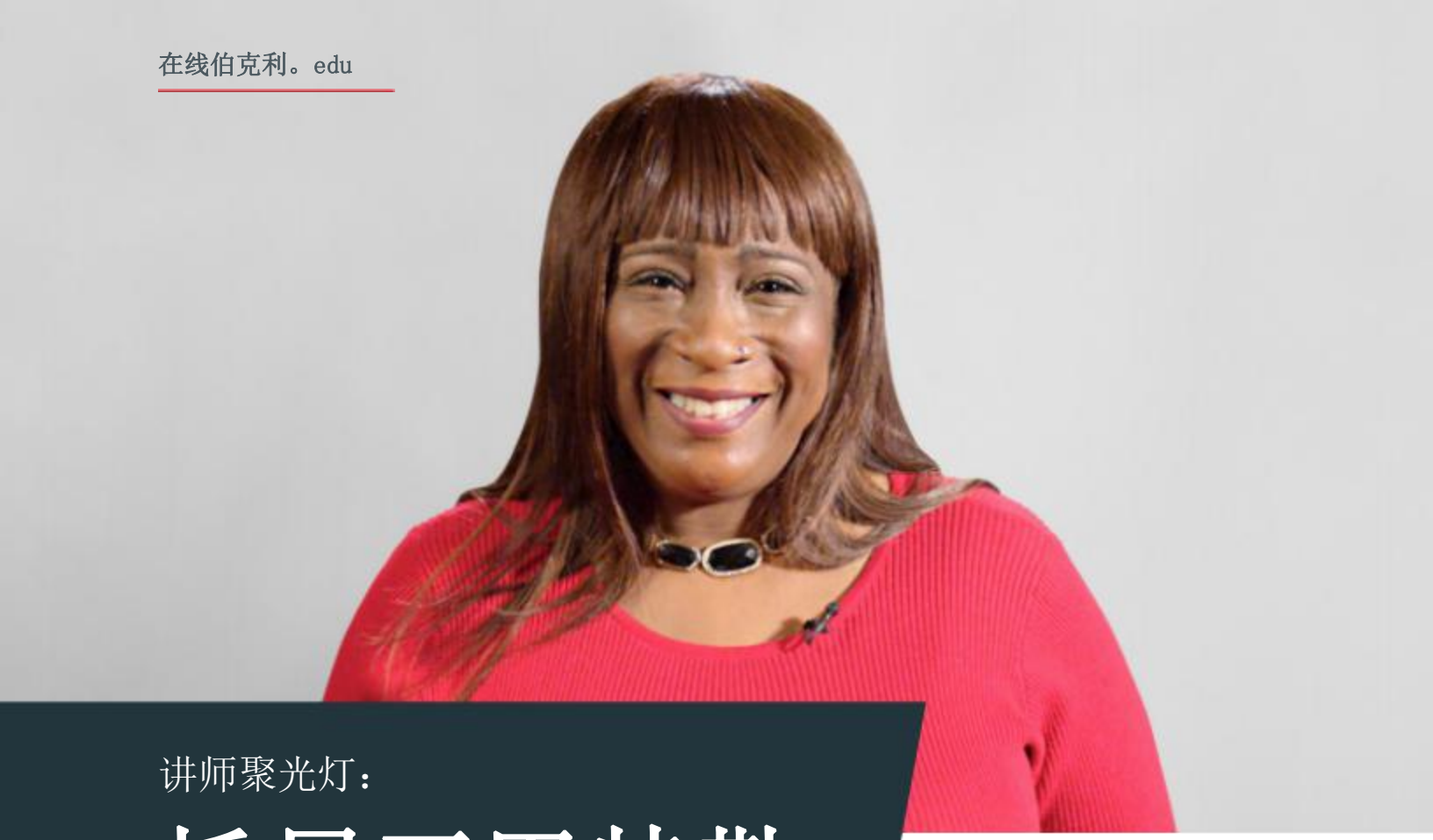
这是另一种增加你在网上发现你的行为后搜索你的可能性的方法。例如，迈克·哈德里亚斯的绰号“香水天才”可能是香水。但谢天谢地，这位西雅图的艺术家也加入了进来，但并没有做得过火。2017年，他在看电影《香水》时想到的一些胡言乱语。”“我有点高兴——我想如果我太多想的话，我会选择一些非常自命不凡的东西。”

5. 做你的研究

你喜欢你想出的乐队名字，而且令人惊讶的是，你所有的乐队成员也同意这个名字。但在你提交之前，确保域名是免费的，并且这个名字没有在乐队营和声音云等网站上使用。贝尔卡利斯·阿尔曼扎尔以巴加第朗姆酒为自己命名。但是后来成为Cardi B的说唱歌手在她第一次尝试在a

已经被过的名字。“你知道吗，我姐姐的名字叫轩尼诗，所以大家都叫我百加第，”她在《今夜秀》上告诉吉米·法伦。“那是我在网上的名字，百加得，百加得B。但出于某种原因，我的Instagram不断被删除，你知道吗，我认为是百加第与此有关。所以我只是把它缩短为CardiB。”

这些有seo意识的建议可以帮助你更容易被媒体报道，正如我作为一名记者报道乐队多年的经验。然而，每一条规则都被打破。在贡献一张一次性的专辑时，我选择了一个艺术家的名字，黑胸罩。当你把这两个词插入一个搜索引擎时，还会出现很多其他的结果！



讲师聚光灯：

托尼亚巴特勒

汤尼娅·巴特勒是一名教育家、律师、行政人员和励志演说家，她是伯克利音乐学院的音乐商业/管理系的系主任。她做了14年的娱乐律师，在唱片、出版公司和电影制片厂的内部工作。她的客户包括犀牛唱片公司、米高梅音乐公司和全球唱片公司。

在伯克利在线，托尼娅撰写了音乐、商业管理和领导力的研究生课程。

从商业的角度来看，在音乐行业中，你欣赏谁能充分利用自己的品牌？

我对Lady Gaga非常尊敬和钦佩。她对表演和时尚的转变非常出色。

你从惨痛中学到的最大的教训是什么音乐业务吗？

声誉和正直的重要性。音乐行业实际上是一个非常小的世界。虽然你所知道的和你所知道的是至关重要的，谁知道你，他们对你的了解是你在行业中关系的基础。

如果你能给一个试图变得更有商业头脑的音乐家提供一个建议，你会说什么？

教育自己如何保护自己和你的音乐。创作音乐的能力是一种天赋，但用音乐谋生的能力则是一种技能。

创建一个成功的市场营销活动

迈克金

从在线课程
音乐营销的业务

当讨论市场营销最重要的方面时，我们通常会谈论目标、策略、策略、确定你想与谁交谈，以及创建一个漏斗来衡量成功。然而，一个从顶部开始的更完整的框架，将需要包括以下内容：

伟大的想法

你想做什么，你的目标是什么？你是在努力开创一个新的艺术家的职业生涯，还是有兴趣创办一个新的音乐管理公司？你在努力做什么，你将如何衡量成功？

市场研究

一旦你知道了你想完成什么，决定市场上的机会是至关重要的。先发优势（成为第一个在特定市场中创造东西的人）意味着竞争更少，但这也意味着你可能很难为消费者可能不熟悉的东西获得吸引力。了解你的想法的潜在市场规模、市场趋势和潜在的购买习惯

消费者都将努力验证你的想法，并为你的营销计划制定策略奠定基础。例如，如果你的想法是在新罕布什尔州的基恩市推出并销售一家实体的乙烯基市场商店，你就能很好地了解当地社区的消费习惯、该地区潜在消费者的数量、乙烯基市场的趋势等等。

竞争分析

补充上述的市场研究理念，尽可能深入地了解你的竞争对手是很有帮助的。还有谁在做你想做的事？他们做得怎么样了？你有什么机会可以做得更好呢？了解你的竞争对手如何为他们的产品定价，他们如何营销，他们与谁合作，以及他们如何树立品牌，可以让你深入了解你如何区分自己。有各种各样的工具和服务可以帮助确定你的竞争对手在做什么，以及他们的广告支出（这是他们真正关注的东西的最佳指标）。

目标市场

了解你的潜在粉丝是谁，并适当地定位你的营销目标，让那些最愿意对你的产品开放的人接触，这绝对是最好的做法。细分你的市场和确定合适的渠道和技术达到正确的人可以让你更有效地与你的营销努力和相关支出，并添加层潜在的潜在消费者，而不是恼人那些没有兴趣，而且可能永远不会有兴趣，你在做什么。

定位

一旦你掌握了市场和任何竞争对手，你就可以努力定位你的产品或服务。根据你的研究发现的机会，或通过调查你的产品或服务的现有消费者，创建一个USP（独特的销售主张），有助于指导你的营销信息、所使用的图像和总体策略。你的营销定位和相关的推广也应该包括行为营销技术的最佳实践。消费者是

基于任何数量的偏差（确认偏差、结果偏差、零风险偏差等）。

策略和策略

以上所有这些都可以用于创建你的战略和战术营销计划。您的战略和策略将包括从运营方面（定价、电子商务和捆绑销售选项、网站创建和可见性等）。到你用来交流的平台和方法，你的社交媒体计划，你的获取技术，你的图像和复制选择，内容营销，合作伙伴关系，付费和有机搜索技术，等等。

预算

你有多少钱，最合适的消费方式是什么？在线广告为营销人员提供了根据结果中途调整活动的能力，虽然将你的营销支出与特定目标相结合是很重要的，但营销预算应该是灵活的，以支持市场的变化、测试和努力的优化。

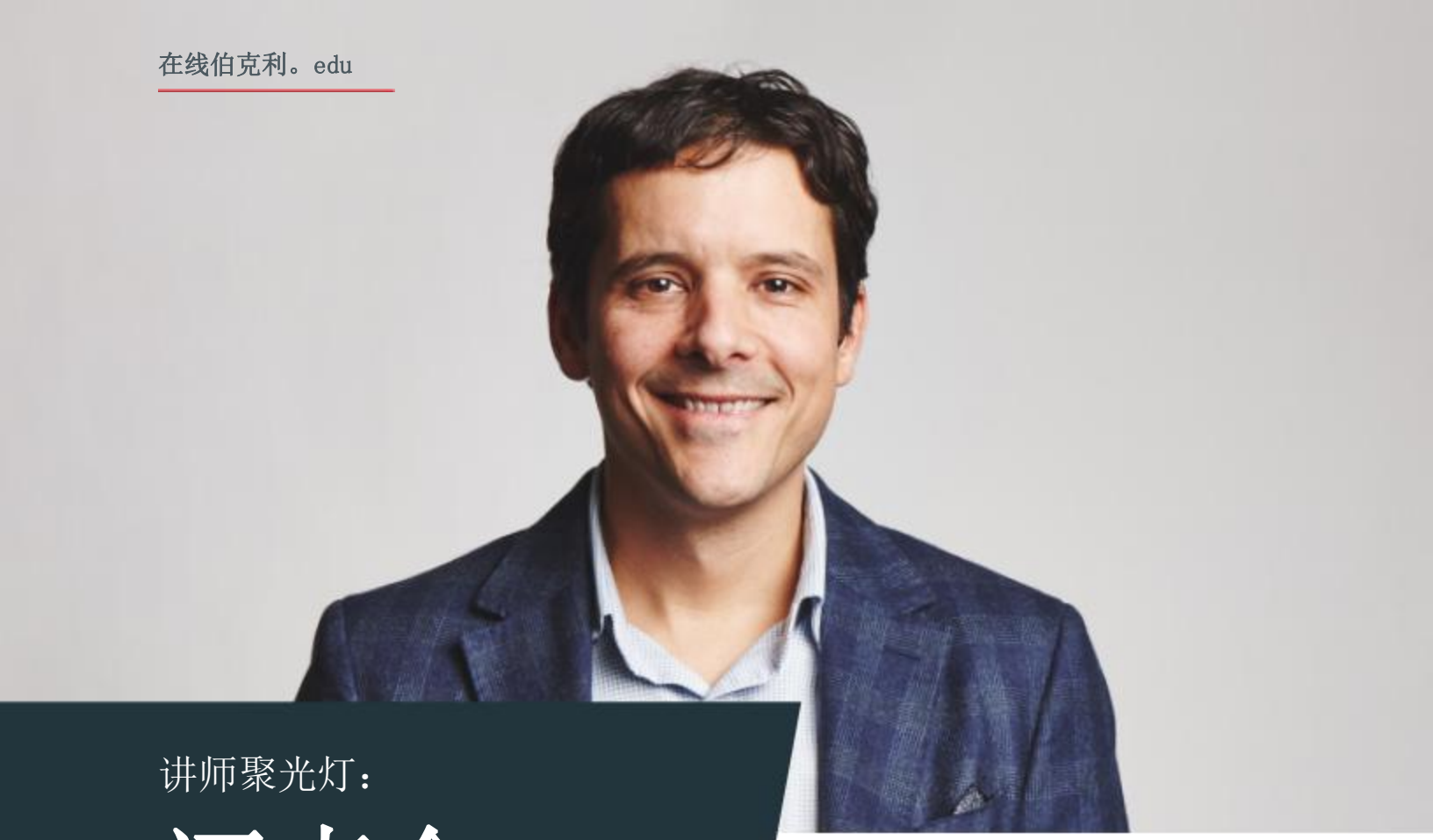
数据和分析

LivBuli在这本手册中关于数据分析的课程做得很好，比我能够更详细地说明这一点，但市场营销最关键的方面之一是有效地衡量你的努力。在线努力为营销人员提供了各种工具来衡量他们的有效性，而营销执行周期>测试变量>测量结果是一个伟大的方法，以确保你是在轨道上接触到正确的人和验证你的营销假设。

迈克·金是伯克利在线课程的作者，本课程的来源。在下一页中，看看为什么他认为市场营销是最容易转移的技能，或者通过点击下面的链接来了解更多关于本课程中的其他课程。

想进一步探索这门课程吗？

Learn More



讲师聚光灯：

迈克金

迈克·金是伯克利音乐学院的课程作者、讲师和注册副总裁，也是伯克利在线学院的首席营销官。在伯克利工作之前，迈克是Rykodosc的营销/产品经理，在那里他监督艺术家的营销，包括米奇·哈特、莫芬、猪肉龙卷风（菲什）和弗兰克·扎帕的遗产。

在伯克利在线公司，迈克写了《音乐营销101》，现代音乐营销，以及音乐商业趋势和策略。

理解音乐是成功的关键吗

在业务中？

我不认为你需要成为一个音乐家，但我认为如果你是一个音乐方面的学生，这真的很有帮助。

告诉我们你的音乐背景。

我弹吉他和贝斯已经25年了，但我的兴趣大部分是学习和演奏翻唱歌曲。

如果你现在开始，你必须选择音乐行业的一个领域来开始学习

，哪个

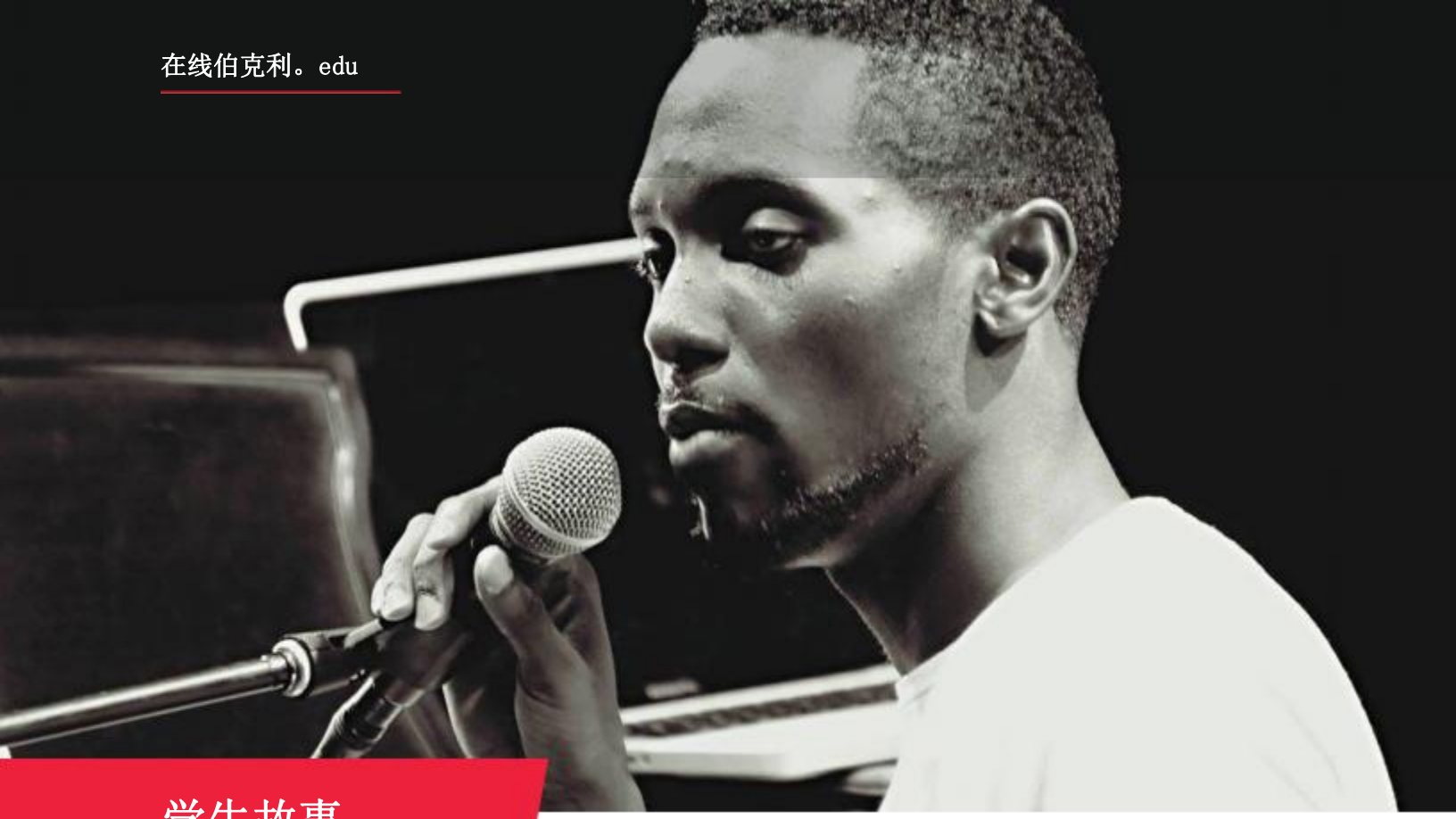
你会从这个区域开始吗？

嗯，我有偏见，但我认为市场营销是一种可转移的技能——无论你最终进入音乐行业，基本方面都可以被使用。

你会给那些试图变得更有商业头脑的音乐家们提供什么建

议呢？

如果你集中精力，积极地搜索信息，并把自己和那些比你有经验和了解得更多的人联系起来，你就会在音乐行业做得很好。



学生故事

与音乐事业一起为家庭而战

塔利亚史密斯

贾梅尔·休斯顿三岁时，他坐在德克萨斯州坦普尔市祖父母家中的钢琴前，第一次引起了共鸣。在那一刻，他的家人知道他有一个属于家族的天赋。他的祖父，约翰·威尔逊，确实是

他是20世纪60年代德州放克乐队七兄弟乐队的鼓手。他激励贾梅尔成为一名音乐家，这也是他想要追求音乐法的原因。

“这要回到我祖父和他的团队身上，”他说。“他们有一首叫‘照顾生意’的歌，我们一直很好奇。我什么也没说，但如果你去听米妮·纳尔逊和七兄弟的《收管生意》，然后你去听巴赫曼-特纳超速驾驶》。我只是想，有时候我就这样做。”

贾梅尔与伯克利在线开始了音乐商业大师项目，以授权自己和其他人保护他们的音乐和艺术。有一天，他想制作一部关于七兄弟兄弟的纪录片，揭露他祖父的遗产，以及可能的版权侵权案件。

“这真的激发了我内心的一些东西，”他说。“外面有很多这样的故事。我只是想确保人们有这些知识，并知道这是他们应该做的事情，因为这与知识产权有关。”

贾梅尔在洛杉矶建立了他的音乐生涯，并以各种音乐表演游历世界各地，但他的家乡德克萨斯州的坦普尔，他投入到改善小镇变得更好。这是他和祖父开始音乐事业的地方，是他每年夏天回到这里通过他的非营利音乐营回馈的地方，也是一个正在在“黑人的命也是命”运动中应对种族不公正的地方。

2011年，贾梅尔搬到洛杉矶，参加音乐家学院的独立艺术家项目，他将自己的成功部分归功于他与社区的音乐家建立的关系。作为一名钢琴家和键盘手，他继续与康拉德·休厄尔和AJ·米切尔等乐队进行巡回演出，在与吉米·法伦合作的《今夜秀》和《今日秀》中表演。他意识到坦普尔缺乏音乐社区和机会，所以他承担自己在一个真正需要的小镇上培养音乐和艺术。

“在我的家乡，那些年轻的创意人员根本没有机会，”他说。“你有棒球训练营，足球训练营，还有其他的训练营，但你有所有这些创意人员，他们只是渴望避开其他创意人员。我就想，‘我想这取决于我自己。’”

与音乐事业一起为家庭而战

2015年，贾梅尔成立了他的非营利组织——艺术音乐表演与舞蹈学院（AAMP‘D），在那里学生可以学习从歌曲创作到嘻哈、舞蹈、戏剧、声音、摄影等的一切。每年夏天，他都会和洛杉矶的朋友们回到坦普尔经营夏令营，教授各种课程。



在我的家乡，有很多创意人员即将死去

绕避开其他创意。安达曼群岛

就像，“我想这取决于我自己。”

–杰梅尔休斯顿

AAMP‘D的老师中有雅各布·拉斯克，前美国偶像选手，现在教授声乐；贾斯汀·阿灵顿，一个教授当代舞蹈的艺术家；还有教授嘻哈音乐的帕特里克·甘布尔（PatG）。夏令营的上限是100名学生，杰梅尔说，这些学生每年夏天都要开始学习。

“当我告诉你，他们准备好了的时候，他们就会想，‘嘿，杰梅尔，你知道，我昨晚坐在家里，我在想，‘我就想，‘好吧！让我们工作吧，”他说。

由于新冠肺炎大流行，贾梅尔暂停了2020年的计划，并计划在2021年恢复计划。今年夏天，他多年来第一次没有去坦普尔，但他的家乡一直在他的脑海里，尤其是在“黑人的命也是命”运动期间。

2019年12月，贾梅尔的朋友迈克尔·迪恩被前寺庙警察卡门·德克鲁兹开枪击中头部。今年夏天，迪安的家人和其他被警察暴行杀害的黑人男子的父母一起访问了白宫。贾梅尔说，最让他感到不安的是，正义没有得到伸张，这凸显了当前运动的重要性。

“这真的很困难，因为感觉就像最大的掩盖　我这辈子都见过，坦普尔是一个小社区，”他说。“他们承认，‘我们从来没有发生过这样的事情。我们真的不知道该做什么，也不知道该怎么做，’我就想，就做正确的事。这就是我们所要求的，就是这样。”

与音乐事业一起为家庭而战

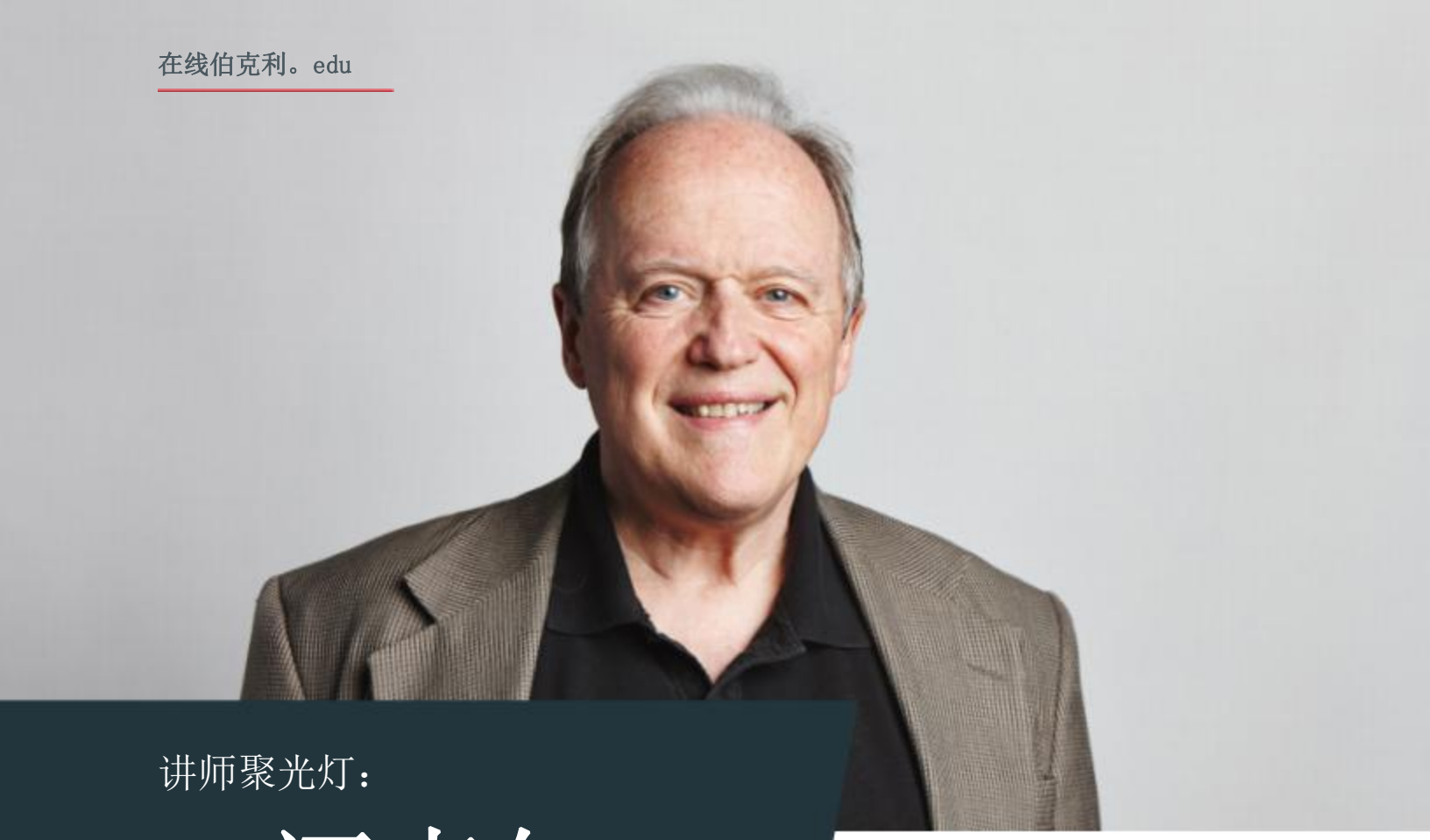
他说，这打击了他个人，不仅因为迪恩是他的朋友，还因为杰梅尔本人就是美国的黑人。

他说：“我有这样一个被种族歧视的故事。”“戴上手铐，只是因为你知道，你符合描述。我问他们，‘嗯，我为什么把车停在路边？’“它击中了家庭，人们没有意识到这一点。这就是为什么我很高兴人们意识到真正发生的事情。作为一个有色人种，你真的必须以不同的方式四处移动。它就是这样。”

尽管还有更多的进展要取得，贾梅尔说，看到来自世界各地的支持是令人惊讶的。今年秋天，当他开始他的音乐商业大师项目时，他将利用他的教育在坦普尔内外创造更多的东西，无论他是为祖父的版权而战，提供儿童音乐教育，还是为种族正义而战。

他说：“我相信，我们都有一定程度的影响力和目标，因为这与我们的天赋有关。”“我希望我的音乐天赋和对世界的贡献将影响和激励其他创意人士，让他们意识到，有一个世界在等待你提供的礼物！”

与音乐事业一起为家庭而战



讲师聚光灯：

E.迈克尔
哈林顿住所名

资料暂存器E.迈克尔·哈林顿是音乐版权和知识产权方面的教授。他曾在数百项版权问题上担任顾问和专家证人，并与史蒂文·斯皮尔伯格、图帕克·沙库尔、Lady Gaga和其他许多人合作过。

在伯克利在线，他撰写了《音乐商业法》，并指导音乐许可和音乐商业顶点。

理解音乐是成功的关键吗

在业务中？

我对音乐的理解，特别是作为一名音乐理论家、作曲家和民族音乐学家，一直是我进入和继续从事音乐和娱乐事业的核心。

如果你现在开始，你必须选择音乐行业的一个领域来开始学习

，哪个

你会从这个区域开始吗？

版权法，因为这是音乐受到尊重和保护的最重要和唯一的联邦手段。

你从音乐中学到的最大的一课是什么

商业

根据需要获得法律建议。“事后请求宽恕”的想法是美妙的，除非在法律情况下。

你会给那些试图变得更有商业头脑的音乐家们提供什么建

议呢？

给自己一个惊喜——如果你讨厌乡村音乐，那就去研究它吧。如果你讨厌嘻哈音乐，那就研究一下它吧。如果你讨厌古典音乐，那就研究一下它吧。

让你的品牌为您工作

约翰·凯洛格著

从在线课程
音乐业务收入流

一个艺术家的品牌代表了观众对艺术家的看法。品牌化是为了加强这种观念，从而为来自其他公司或品牌的艺术家产生其他创收活动，这些公司或品牌希望利用艺术家的品牌所产生的商誉。

在19世纪，牧场主是第一个使用“品牌”这个词的人，他们用热烫铁烧掉他们的牲畜皮上的名字或符号，以确定哪些牛是他们的。随着工业时代的成熟，大量生产产品的公司也寻求通过在商品上添加视觉标记来推广和区分他们的产品与其他产品。这让客户在知道自己购买的是由信誉良好的公司生产的产品时感到安全。在20世纪初，哥伦比亚大学是第一批在唱片标签上附上关于艺术家的信息以及他们在唱片上的商标的唱片公司之一——这个品牌可以通过高质量的唱片来识别。其他的，像迪卡和奥克，也在唱片公司上显著地展示了他们的标志。

在20世纪20年代，这些唱片公司被公认为提供最好的爵士和蓝调唱片的领先公司，随着唱片在二十世纪的流行，产生了影响力

像摩城和大西洋这样的独立唱片公司逐渐成为了巨大的关注，他们的善意使他们能够推出像摩城的塔姆拉、灵魂和戈迪、大西洋的ATCO和艾丽卡等子唱片公司。

但消费品牌也影响了音乐产业。20世纪50年代初电视的出现，每个人都在制作自己的节目，比如由一家咖啡制造商赞助的麦克斯韦尔大厦音乐会。公司开始通过购买播放时间和制作节目来宣传他们的品牌，以宣传和/或支持赞助商的产品。这种形式在网络节目中演变成30-60秒的广告，而音乐在之后的网络发展中发挥了至关重要的作用。

大约在上个世纪中叶，表演者的个人品牌塑造成为了音乐产业的一个重要组成部分，因为艺术家们精心制作了他们的表演、服装、营销材料和标志的外观和感觉，以提高他们的受欢迎程度。像泰德·麦克最初的《业余时间》这样的综艺节目为《美国偶像》等现代系列节目奠定了舞台，其中包括7岁的、1952年赢得比赛的格莱迪斯·奈特。*米尔顿·伯勒秀和艾德·沙利文秀*

在20世纪50年代和60年代，演出每周定期邀请音乐家参加，使不知名的人才既能在全国观众中留下印象，同时利用他们的个人品牌。沙利文以一种今天难以理解的方式打破了音乐表演：1956年，6000万人观看了猫王在节目中的第一次演出，1964年，7300万人观看了披头士在节目中的第一次演出。因此，以音乐为中心的电视节目开始出现：美国的舞台、乐观、狂欢、喧嚣和好莱坞的围棋，等等。

尽管音乐家们通过电台的出现参与了品牌推广，迈克尔·杰克逊达到了一个新的水平，他和他的兄弟们以500万美元的价格出现在百事可乐的一个广告中，把它提升到了一个新的水平。这种类型的品牌合作关系为艺术家（和品牌）继续利用人气铺平了道路。

自本世纪初以来，音乐艺术家不仅出现在产品和服务的广告中，而且许多人还创造了艺术家拥有的品牌产品和服务。像吉米·巴菲特这样的艺术家创立了他的连锁餐厅玛格丽塔维尔，萨米·黑格通过推出自己的龙舌兰酒卡波Wabo来扩展了他的品牌。消费品公司和艺术家之间的品牌合作已经成为一种常态

碧昂丝、艾丽西亚·凯斯和法瑞尔·威廉姆斯作为品牌大使为公司承担了新的头衔和责任。联合品牌交易可以为艺术家提供各种主要和辅助的收入和利益。

让我们采取P。例如Diddy。通过与Ciroc伏特加的合作，他的主要收入可能来自联合品牌公司活动的促销费，他的收入也来自diddy品牌产品的销售收入。辅助收入将来自于附有他的名字的商品。像吹牛老爹和Ciroc之间的合作关系的附带好处可能包括：

通过共同品牌购买广告，提高对艺术家的知名度

为艺术家的其他品牌活动而创造的商誉。吹牛老爹：坏男孩唱片公司，Sean Jean服装）

免费产品：吹牛老爹很可能有无限的Ciroc供应，而且再也不需要买一瓶伏特加了

赞助

音乐一直是广告组合的主要组成部分，广告歌曲，在广播/电视的广告中放置流行和未知的音乐，以及互联网领先。音乐具有不可否认的联系和感动人们情感的力量，自上世纪80年代以来，与音乐艺术家合作做广告或赞助现场音乐活动的公司数量呈指数级增长。在公司的广告中使用正确的歌曲或录音，或放置赞助音乐活动的广告，会给人留下无与伦比的印象，并与消费者建立关系。

新艺人通常希望他们的唱片公司提供巡演支持——用资金来支付超过巡演总收入的巡演费用。然而，由厂牌支付的任何金额都被认为是一种预付款，因此可以从艺术家的版税中收回。在这种情况下，艺术家可能会寻求额外的收入来抵消精心制作的成本和/或从利润丰厚的赞助协议中获得利润，帮助艺术家获得额外的曝光和产生非传统的收入。

在今天的业务，数以百万计的跟踪每天上传网站声音云，艺术家还必须找到新的方法脱颖而出在混乱的环境和品牌经常寻求艺术家“合作伙伴”来帮助他们创建引人注目的内容，增加品牌的相关性，并影响一个特殊的联系与消费者。但那些品牌只想赞助一次巡演的日子已经一去不复返了。他们现在希望更多地参与穿越旅游的综合活动，包括他们的艺术家合作伙伴的慈善活动、商业、公共关系和社交媒体活动。

AEG展示的调查显示，赞助现场音乐活动的品牌从该合作中获得了很大的好处：

58%的与会者表示，他们更有可能信任一个与现场音乐体验相关的品牌

10个千禧一代中有8人认为与他们联系最有效的方式是通过现场音乐

93%的千禧一代更喜欢赞助现场活动的品牌

43%的人更有可能在音乐会上购买商品

由于其为品牌提供通过多个渠道与客户建立特殊关系的独特能力，Live Nation在高利润赞助领域经历了两位数的同比增长，高达20%。Live Nation提供的品牌不仅可以通过场馆上的标识进行连接，还可以通过他们的网站进行链接（即，现场国家和票务管理员）收集参加他们活动的观众的其他重要数据。该公司与思科合作创建“智能场所”，在几个网站上使用Wi-Fi连接，使Live Nation能够与连接到该公司应用程序的观众互动，收集门票和特许购买信息，帮助建立针对品牌信息的数据。

AEG礼品还与赞助商达成了广泛的、数百万美元的协议，包括活动、音乐会和一些场所的品牌激活，甚至还有来自一些州彩票的彩票赞助。

背书

当一个品牌的标志出现在赞助的音乐会广告上，或者一个产品出现在艺术家的脸帖子上

在镜头中，该品牌只是以一种广泛而被动的方式将他们的品牌与艺术家联系起来。艺术家可能不会为产品的质量声誉做担保。然而，由艺术家以认可的形式提供的证明书将这种关系提升到了另一个层次。在这种情况下，音乐家们有责任寻求代言协议，与他们使用的品牌以及拥有与自己相似的价值观和理想的公司保持盟。

获得知名追随者的新兴音乐家（以及许多已经成名的音乐家）可能会收到来自吉他、鼓或麦克风制造商的邀请，为他们的产品代言，以换取现金支付、降价或免费设备。这种做法从唱片音乐的销售开始就开始了，并且涉及到许多每个时代的音乐名人，以及许多高调的会议和巡回音乐家。

一些著名的艺术家和他们的代言协议包括约翰列侬和里肯巴克吉他，奎斯特洛夫和路德维希鼓，乔博纳马萨和吉布森吉他，盖尔安多尔西（大卫鲍伊，格温史蒂芬妮）和安培贝斯音箱。

在这类交易中，代言音乐家可能被要求：出现在广告中；在表演中使用装备；出现在展示装备的诊所；在社交媒体、网站等上推广装备。这种安排通过降低这些艺术家购买设备的成本，从而使他们有利，从而增加了他们的净收入。超级明星也会为所有类型的产品寻求代言，虽然这些交易可能有利可图，但他们确实需要一个艺术家在公开和幕后支持该品牌的产品。

品牌合作伙伴关系

与品牌合作，提高艺术家的知名度和/或创造对新音乐产品的认识，已经成为许多艺术家营销计划的重要组成部分。但情况并非总是如此。在20世纪70年代早期，特别是歌手和词曲作者，以及一般独立的乐队，都不想通过使用或连接商业品牌的产品或服务来与将其音乐“商业化”有关。

鲍勃·迪伦，20世纪60年代的反建制/抗议音乐歌手/词曲作家，谴责并禁止他的音乐被用于

在新世纪，他允许在苹果、维多利亚的秘密，甚至连锁超市的广告中使用他的音乐。

艺术家和品牌已经进入了一个相互尊重他人如何影响公众对他们共同品牌的看法的新时代。艺术家们认为，将他们的音乐用于二手广告是一种创造意识和与新老粉丝建立更紧密关系的手段，而一些公司则认为，帮助音乐家追求他们的艺术不仅会促进他们的业务，而且会与客户创造善意。

约翰·凯洛格是伯克利在线课程的作者，这一课程的来源。在下一页找出他在音乐行业的最佳人选，或者通过点击下面的链接了解更多关于本课程的其他课程。

想进一步探索这门课程吗？

Learn More



讲师聚光灯：

约翰凯洛格

约翰P。凯洛格先生。他是伯克利音乐学院音乐商业/管理系的前系主任和一名娱乐律师。他曾代表莱弗特，奥杰斯，埃迪莱弗特，老，LSG，阴暗/后果记录的现状，和坏男孩唱片的g部门。他还担任了已故的R&B唱片明星杰拉尔德·莱弗特的总法律顾问。

在伯克利在线，约翰是音乐商业硕士课程的主任，并撰写了三个音乐商业课程。

理解音乐是成功的关键吗在业务中？

绝对！它满足了你以一种导致音乐产业整体改善的方式开展业务的愿望。

你很欣赏谁能充分利用他们的品牌？

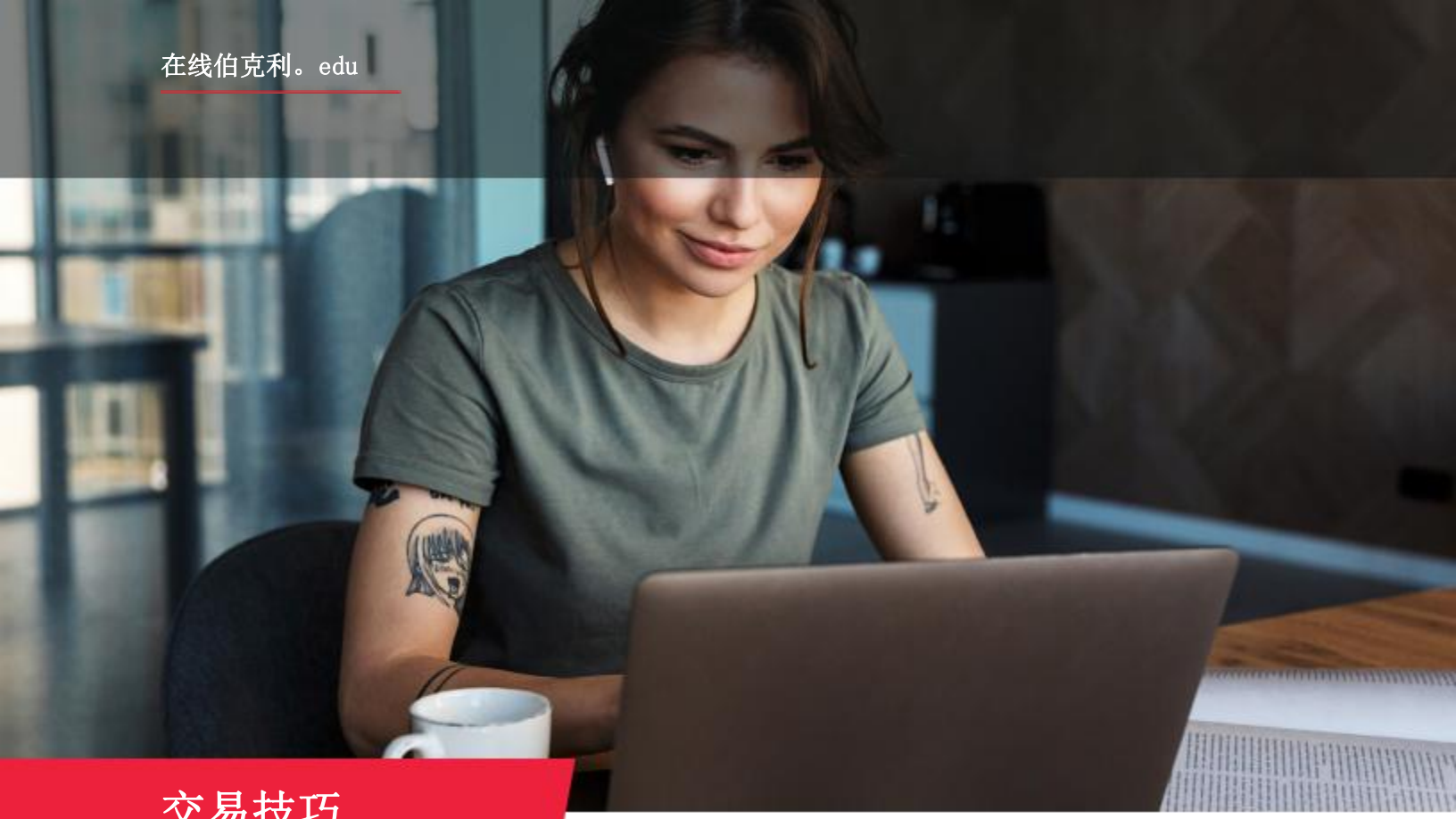
Jay-Z在很多商业领域都很成功。

如果你现在就开始了，你必须选择音乐行业的一个领域来开始学习，你会从哪个领域开始，为什么？

版权所有。它是音乐行业中最有价值的资产。歌曲是音乐行业的基础。这一切都从一首歌开始，目前它们的价值正在飙升。

你会给那些试图变得更有商业头脑的音乐家们提供什么建议呢？

阅读《华尔街日报》和《公告牌》等期刊，以跟上娱乐行业的趋势和创新发展。



交易技巧

如何把你的乐队变成一个生意

作者Leah Waldo

把你的乐队或音乐看作是一个商业冒险可能会让你感到有点不安，但如果你是一个独立的艺术家，认为这种方式可以让你走上一个可持续的音乐事业的道路，让你能做更多你喜欢的事情：创造音乐！

*在我新的关于课程的免费大型在线课程中，作为一个独立艺术家浏览音乐行业，我分享了五个把你的乐队变成企业的技巧。*继续阅读，了解一个概述，并学习如何充分利用你的音乐。

请注意：这里分享的信息仅指美国，并是作为专业法律咨询的补充。查看你当地的法律和税法，了解你所在地区的特定信息，并考虑向法律专家寻求专业咨询。

1. 作为有限责任公司成立

有限责任公司，或称有限责任公司，是指公司成员不能对公司的债务和负债承担个人责任的公司结构。假设你和你的乐队遇到了一些法律上的麻烦——例如，一个审判场所起诉你涉嫌损坏了他们的一些设备。假设你输掉了官司，欠了审判地点的钱。如果你没有注册为有限责任公司，你可以承担个人责任——这意味着，场地可以追查你的个人资产，如汽车、房子或任何个人储蓄账户。如果你是一家有限责任公司，那么该场所只能追逐任何资产

有限责任公司（如果你刚刚开始，可能不算多）。成立有限责任公司对于在法律上保护你自己和你的乐队成员至关重要。

给词曲作者的注意事项：你可能不需要有限责任公司，但你绝对应该注册一家出版公司。为什么正如约翰·凯洛格所说：“每次播放音乐，就会有人得到报酬。”“你要确保某个人就是你自己。

作为一名词曲作者，当你在一家表演版权公司（BMI、ASCAP或SESAC）注册时，你有权获得一首歌的版权份额，即50%。另外50%是出版商做的。如果你是一个独立作曲家，并且没有加入任何出版商，那么你基本上就会把剩下的50%留在桌子上。如果你注册为你自己的出版公司，然后在表演版权公司注册了你的歌曲作为发行商，那么你将获得全部100%的版税。

注册一家出版公司真的很容易。只需去你当地的城市职员办公室，并要求填写一份商业登记表格。填写表格，支付少量费用(通常

不超过80美元)，瞧！你已正式成为一家新出版公司的创始人和总裁。最后，您需要在你的性能权利组织（PRO）注册你的新出版公司，并将你的出版公司列为您的歌曲的出版商。

最后但并非最不重要的是，合并还有另一个主要好处：你可以开一个公司银行账户。拥有一个公司银行账户来管理你所有的乐队费用，这将使管理你的钱和报税更加清晰——这样，你就不会把你的个人费用和专业费用混在一起了。

2. 乐队成员：员工还是承包商？

不管怎样，你都绝对应该让你的乐队成员填写适当的纳税表格。为什么假设你的乐队在一年内赚了1万美元。你，作为一个慷慨而仁慈的乐队指挥，决定付给你的乐队成员总共1万美元中的8000美元。当你需要纳税的时候，你会被要求报告那1万美元作为收入。然而，你也可以报告你的费用，

包括工资（针对员工）或承包商费用（针对独立承包商）。这些费用将从你所欠税项的税款总额中扣除。所以，既然你付给你的乐队成员8,000美元，你就只需要纳税2,000美元（因为10,000-8,000美元，=，2,000美元）。同样的，确保你能让你的乐队成员完成适当的税务表格。你需要这些东西，这样美国国税局才能确认你没有在开支问题上撒谎。

那么，这些形式是什么呢？你需要不同的形式，这取决于你的乐队成员是雇员还是独立的承包商。一名员工填写W4，一名独立承包商填写W9。两者之间的主要区别是，雇员的工资(联邦、州、地方等。)，而独立的承包商则不需要自己缴纳税款，并被要求自己缴纳税款。请注意，如果你没有正确地管理你的税收，或者如果你错误地分类你的乐队成员，你可能会被美国国税局审计并收取费用。

要了解更多关于这个过程的信息并决定给你的乐队成员，请访问国税局的网站www.irs.gov。

3. 跟踪你的收入

当你到处巡演，钱到处飞时，你就很难知道你带了多少钱。记录你的收入是很重要的，因为到了年底，又是时候交这些税了。

如果你夸大了你赚了多少钱，你就会付了太多的税，这对任何人来说都不好玩。但是，另一方面，如果你低估了你赚的钱，你将无法缴纳足够的税款，以后可能会招致费用。你可能会和国税局遇到一些严重的麻烦，即使这是一个严重的错误。以下有一些可以记录你的收入的方法：

保持一个收入的日记帐。每次你得到报酬时，就创建一个条目。

保存一个保存在云中的在线账本，以便您可以从任何地方访问它。

下载一个资金管理应用程序来帮助你跟踪收入。

4. 记录下你的开支

我们谈到了从你的总收入中减去你支付给乐队成员的钱。你也可以这样处理与商业相关的费用，比如音响设备、录音软件、往返演出时的煤气费，甚至是吉他弦。这些费用被称为“冲销”。作为一家企业，你可以从你的年收入中“冲销”这些费用，从而降低你的税款。有一个小问题：要“冲销”一笔费用，你需要保留收据。这里有一些有用的建议：

在你的钱包里指定一个专门的插槽，专门用来存放与业务相关的收据，然后把它们清空到家里的一个安全文件中。定期归档，因为墨水在钱包里太久会褪色！

如果你真的很有条理，那就记录一下你的开支，每周更新一次（现在有一点时间可以节省很多时间）。

当你支付给你的乐队成员时，使用像Venmo这样的应用程序来帮助你轻松地记录你给了他们多少钱。

5. 与认证人员见面
会计师（注册会计师）

虽然我已经把它列为提示No. 5，它真的应该是最好的列表。如果你曾经对自己的财务或税收感到困惑，不要只是利用它，抱最好的希望。花点时间见注册会计师。他们将能够回答你所有的问题，也分享额外的技巧，以帮助你有效地管理你的财务。他们是税法方面的专家，他们将能够帮助你正确地报税。如果有需要，他们也可以帮助你通过美国国税局的审计。

如果你想了解更多关于导航音乐行业作为一个独立的艺术家，包括如何管理一个乐队，计划和记录记录，启动和运行一个成功的众筹活动，看看建立你的职业音乐：发展一个品牌和资助你的音乐，我免费四周伯克利在线课程课程！

弄清楚如何把你的乐队变成一个企业听起来很可怕，但这实际上很容易。现在比以往任何时候都更是独立艺术家

需要有财务知识，这些建议会帮助你。我一开始只需要一把吉他和汽油钱，现在我可以用我的音乐收入来独立资助我的项目。我最自豪的一些成就：在纳什维尔与制作人凯勒布·吉尔伯斯和埃迪·贝耶斯录制（在城里一些顶级球员的帮助下）；雇佣一个营销和公关团队（他们帮助我制作每个新发行的“故事”并提醒媒体），拍摄高质量的音乐视频和视觉内容（看看我的Instagram和Facebook！）。

世界级课程

在伯克利在线，你有200多个课程可供选择，其中包括30多个音乐商业课程。以下是一些精选的产品：

沙痂音乐业务101

沙痂音乐许可

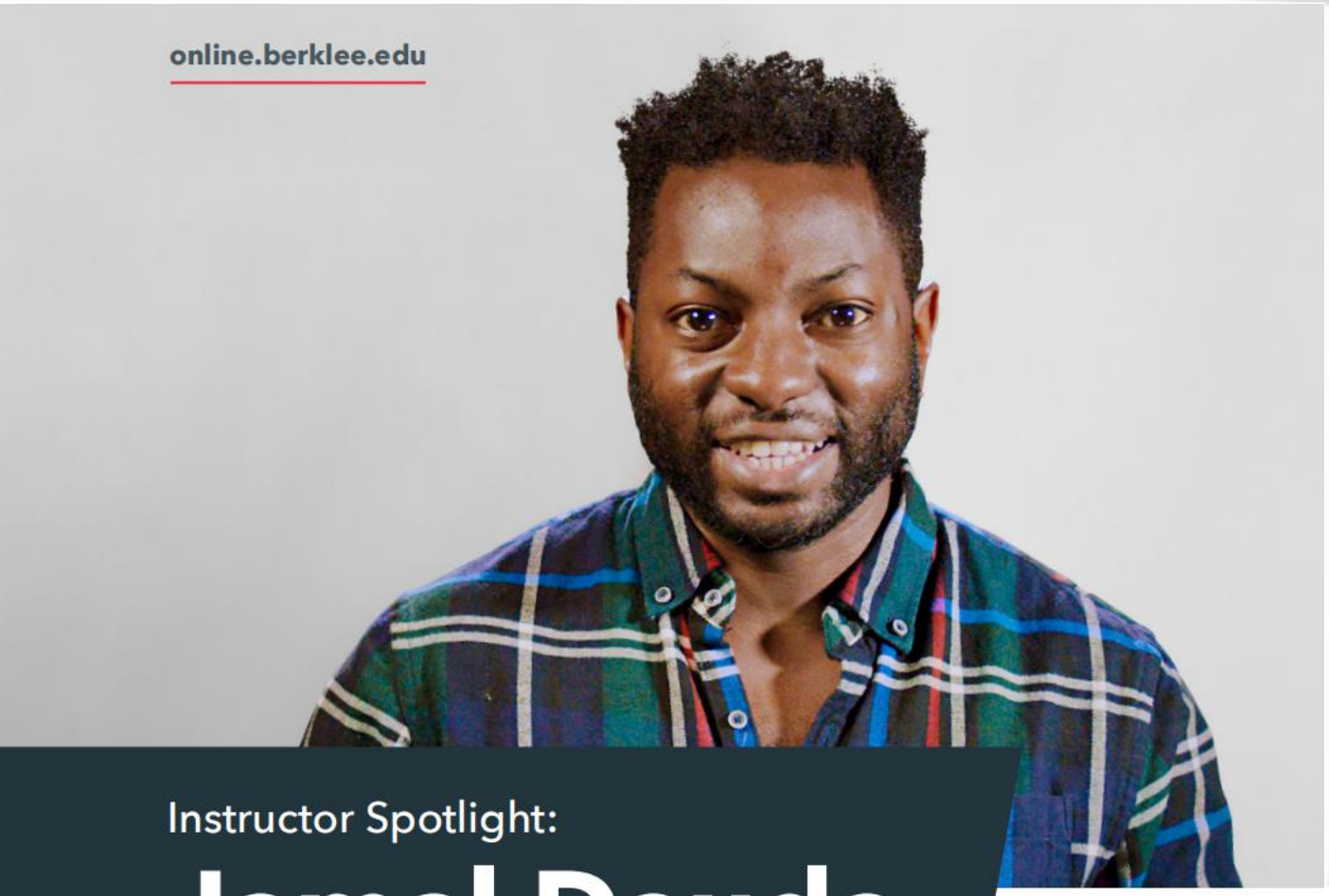
音乐的商业趋势和策略

音乐产业的法律方面

音乐商业金融的企业家

在音乐行业中的艺术家管理





Instructor Spotlight:

Jamal Dauda

Jamal Dauda目前担任《花花公子》公司的内容营销副总裁。在此之前，他是我们转移的全球音乐总监和红牛乐队的艺术家营销经理。2018年，他被公认为《广告周刊》的100个创意作品之一，他与比约克、考特尼·巴尼特和库尔特·维莱尔、左拉·耶稣、舰队狐狸等许多人一起领导了品牌电影项目。

在伯克利在线，贾马尔撰写并指导了《音乐营销：消费品牌战略》的研究生课程。

理解音乐是成功的关键吗

在业务中？

我认为双方都受益于理解对方，因为他们是不可分割地联系和相互依赖的。我们建立商业环境和支持音乐结构的方式应该是为了服务于音乐家的需求。

你很欣赏谁能充分利用他们的品牌？

卡迪·B我认为，只要你能在信息中找到一致性，以及是什么把你和粉丝群联系起来，同时你的手艺还在增长，这是一个成功的组合。

你从音乐中学到的最大的一课是什么

商业

无论你在音乐行业的位置，正直、创新和继续工作的动力都是持续成功的关键。

你会给那些试图变得更有商业头脑的音乐家们提供什么建

议呢？

在各个领域都能找到导师。你会惊讶于你能在电话或咖啡挂上学到什么。

Convergence and the Flood of Media Content

作者：珍妮·考恩

从在线课程
新媒体经济学：音乐，移动媒体，
游戏和在线市场

在内容创作过程中，有创造力的个人长期以来一直与商业实体、金融公司、发行商和分销商合作。它只是在
在过去的几十年里，艺术家们更容易在打造财政上可持续的职业生涯的迷宫中创造一条独立的道路。但对每一个艺术家来说，容易并不总是意味着更好。了解市场策略和替代金融模式的涨落和流动，是在新媒体经济中工作的创造性个人的必要知识。

制作和传播媒体内容的公司不再对如何将这些内容提供给观众有唯一的发言权。狭隘或错误的发行计划很容易错过目标受众，并可能毁掉特定的内容。

收敛

通过融合，潜在的内容消费者现在有不止一种方式来访问相同的内容并体验它，无论是在一个大的媒体室里，还是在一个小型的个人移动设备上。无论你的内容是文本、视频还是其他媒体，最重要的规则是你的内容最好是吸引人的。

挑战

设备和在线平台的阵列意味着内容供应商必须在生产阶段考虑到这些分销模式。媒体公司需要主动制作包含这些最终体验的内容。这里的失误可能会赶走忠实的观众，迫使他们寻找其他选择。

机会

融合现在使公司能够接触到他们可能无法通过传统媒介接触到的潜在受众。融合还允许潜在观众体验多个内容选择，其中传统的媒体分发方法要求观众根据节目时间表做出选择。

但传统公司也意识到了新媒体平台的灵活性，作为重新引入或恢复旧内容的途径。对已有内容的数字重新灌制、重新格式化和重新利用，使得媒体公司能够向市场重新引入材料。

这些活动极大地延长了媒体材料的寿命及其产生额外收入的潜力。例如，与点播公司如奈飞公司和亚马逊Prime提供24小时访问许多类型的电影和系列类型包括经典，年轻观众可以很容易地狂欢等经典电视剧从过去几十年的朋友，x档案，和《太空堡垒卡拉狄加》（原始和翻拍系列）。

伙伴关系和。独立

虽然在许多情况下，数字融合使内容的实际生产变得更容易，但并不能保证消费者的成功。根据目标受众和预期市场的不同，媒体内容的制作和发行可能存在财务风险。根据项目的规模和范围，获取潜在合作伙伴的价值是减少和传播这种风险的一种方法。

更容易的人并不总是更好的人

随着新兴技术降低了大多数媒体和娱乐部门的进入壁垒，成本和质量之间的平衡变得更加明显。低成本设备和

工具可以提供创造性意图的初始输入和引入，但不同水平的数字质量往往会影响消费者的体验。例如，随着移动记者开始使用蜂窝网络技术进行实时传输，广播新闻收集和报道的成本已大大降低。然而，这些蜂窝饲料的质量和可靠性取决于网络的可用性和在原产地的强度。消费者经常经历缓冲、波动或低分辨率的报告，以及下降的传输。

专业知识vs。自己动手做

获得更便宜的设备和易于使用的软件并不能确保一个媒体项目的成功。在创造、设计和开发媒体形式方面的专业知识将大大提高其接触适当受众的潜力。

财务实力更强的公司可能能够利用更多的技术资产，如特效和合理的设计，来产生更丰富的媒体内容。想想你作为消费者参与的内容：这是满足你兴趣的一回事，但如果你想对同事抱怨，它必须真正嘶嘶作响。

DIY可以很容易也很便宜，但通常需要更多的试验和错误。学习曲线很高，但最终的结果本身就是成功的。如果你有一个观点要说，你知道你在说什么或写什么，并且你有一种创新的方式来证明这一点，你当然可以看到一个有魅力的DIY项目。这并非万无一失，但新媒体令人兴奋的是，如果条件合适，任何东西都可以像病毒一样传播。

珍妮·考恩是伯克利在线课程的作者，本课程的来源。下一页是她关于长期商业心态的建议，或者通过点击下面的链接了解更多关于本课程的其他课程。

想进一步探索这门课程吗？

Learn More



讲师聚光灯：

珍宁考恩

珍妮·考恩是伯克利音乐学院的电影配乐教授。她是一位活跃的作曲家、音乐制作人和技术专家，主要为视觉媒体的声音和音乐工作。她的作品可以在《弗里达·卡洛的生活和时代》、非百老汇戏剧《强奸》和在线游戏《指环王：安格玛的阴影》中听到。

在伯克利在线，珍妮撰写了新媒体的课程
经济和专业的电影评分技巧1。

理解音乐是成功的关键吗

在业务中？

虽然在音乐行业工作并不是绝对必要的，但有一个基本的音乐基础确实提供了一个不同的视角和视角来理解创作过程。

如果你现在开始，你必须选择音乐行业的一个领域来开始学习，哪个

你会从这个区域开始吗？

版权是如此重要！众所周知，知识产权的所有权是长期取得成功的最有力的杠杆之一。

你会给那些试图变得更有商业头脑的音乐家们提供什么建议呢？

当你做商业决策时，试着退一步，考虑几个月和几年之后更长期的影响。做你的研究；如果你不明白什么，要求澄清和寻求外部的建议。



名人访谈

从Merch卖家至音乐主管

帕特希利

珍妮特·比利格·里奇从商品销售开始，后来在卡罗琳唱片公司实习（她在那里签下了霍尔），这导致了她的管理生涯（在那里她管理着像涅槃乐队和小恐龙这样的乐队），现在已经开始从事音乐监督。

在这段来自伯克利在线的音乐是我的生活播客的节选中，她讨论了她在音乐行业漫长而多样的职业生涯。

你热爱同事的音乐对你来说有多重要？

老实说，这一点非常重要。当我管理很多成功的艺术家时，你会得到你共事的律师或唱片公司的推动，比如“管理这个乐队。你能参与进来吗？”人们会提出付钱给你来管理一个乐队，他们会给你一个月费。老实说，我甚至不能代表一个我不兴奋的人打电话。我就是做不到。

所以你是卡罗琳唱片公司的实习生
有符号的孔。这是怎么发生的？

我记得的方式，每个人的记忆都不同，但我记得我们即将签下亨利·罗林斯，我开着它，我非常兴奋。我是一个黑旗乐队的超级粉丝。在最后一刻，他保释了一家大唱片公司，并与一家大唱片公司签约。这是在“独立游戏vs.。”主要的“文化战争。所有这些朋克摇滚乐队——我想这是从索尼克青年乐队开始的——都在和格芬签约，所以亨利·罗林斯在最后一刻签约了卡罗琳，并签约了一个专业。我伤心欲绝。当我开始工作时，我每天都感到很震惊。

我在第七街和C大道也有一套公寓，每当乐队来城里，我就知道他们会和我住在一起，因为谁买得起纽约的酒店呢？我在玩具乐园遇到了宝贝们，他们正在巡演，他们来了，住在我的公寓里。这是在手机出现之前。人们会给我的公寓号码，这是他们在纽约几天的地方。一天晚上，我在家里，考特妮·洛夫打电话给《玩具乐园的宝贝》找凯特·比耶兰；凯特不在那里。

最后，我们在电话里互相交谈着。考特尼会说，“你在一家唱片公司工作。让我在电话里给你播放一些我的音乐，”她照做了。他们刚刚推出了他们的第一个7英寸的同情唱片业，我只是觉得她很棒，我很喜欢她在电话里的一个人。她很清楚她想要什么和她想要的道路。

就在考特尼给我的公寓打电话，我们成为电话朋友的同时，亨利·罗林斯的事情发生了。然后我们和博智有了一张非常成功的专辑，然后他们要去中间公司签约，而不是把第二张专辑寄给我们。我真的崩溃了。我简直不敢相信。我在卡罗琳的老板基思·伍德说：“我们要怎么做？”你得摆脱你的恐惧，你太沮丧了。”

我对亨利·罗林斯感到失望。我对博智感到失望，我说，“嗯，加州有个乐队，我想我们应该签下他们。”如果我们签下他们，完全让我的放克，我们可以和他们一起制作一张专辑。”《音速青年》的金·戈登应该是制作人，我们刚刚和这个口香糖乐队的唐·弗莱明一起制作了一张专辑。所以我就说，“金和唐可以一起工作。”他们可以为加州这个名为Hole的乐队制作这张专辑。这是一件显而易见的事，这将让我摆脱恐惧。”他说“完了，让我们签吧！”

那么接下来会发生什么呢？当你跳到金山娱乐公司？

是的。那显然是霍尔，那张专辑的了——内部很漂亮——只是在自己的跑道上，自己的轨道上，然后涅槃开始升温。我加入涅槃乐队和所有亚流行乐队的原因是卡罗琳和亚流行乐队签订了发行协议。所以任何时候，一个乐队来纽约为CMJ演奏，卡罗琳都会是他们的大本营。如果他们有面试要做，或者有人需要整理客人名单，那就交给我了。当声音花园，泥泞，蜂蜜，泰德，所有这些乐队来到纽约时，他们中的很多人会和我一起住在我的公寓里。

他们第一次来纽约时，我就认识涅槃乐队了。他们和我呆在一起。那是一个早期的日子。那可能是在欧洲巡演之前，然后他们回来和我住了几次。然后我和他们一起去看了一些演出。...但他们绝对是我生命中的一个乐队，我将成为朋友。当考特尼在卡罗琳的时候，我想她就去了芝加哥，她要去看南瓜乐队的演出，因为他们也在卡罗琳，然后她在芝加哥遇到了库尔特。



没人告诉过我怎么当经理。没有一本书。我认为这都是本能。

珍妮特·比利格·里奇

事实上，她去芝加哥的路上——我认为这是古老传说的一部分——她有一个经理是准经理，她说，“好吧，如果你给我买这张去芝加哥的机票，也许你可以成为我们的经理。”她真的很狡猾。我从她身上学到了很多东西。

就这样，金山将管理索尼克青年，约翰·席尔瓦将管理涅槃，所以就像在同一时间一样。约翰·席尔瓦和丹尼·戈德堡当时是金山的负责人，他们打电话给我说：“你们为什么不管理考特尼和霍尔，你们都来金山呢？”我认为事后看来——我认为丹尼从那时起就告诉了我——他们只是想让考特尼和他们在一起，他们希望涅槃乐队不要分心。考特尼在他们的生活中是如此重要的存在。这就是为什么我最终得到了金山奖。

她的性格有什么神话吗？这是什么时候发展起来的，你认为这不公平吗？

不她带着神话和传奇的地位进入英国，因为她已经去过英国，而且她和朱利安·柯普有过一段关系。*她已经在电影里了，直接到地狱，她在希德和南希中有一个场景，传说是她会得到南希这个角色，好像它是真实的。*她已经是一个超级巨星了，并一直在进行下去。

当你被要求去管理时，你是如何学习的
从在一个标签公司工作到成为存在
唯一的人，或者至少是主要的人
为表演者？

这是一个很好的问题。没人告诉过我怎么当经理。没有一本书。我认为这都是本能。我总是“假装知道你在做什么，你就会弄明白的。”我不知道，因为即使是在金山，约翰和丹尼也不会说，“这是你应该做的。”我当时在管理乐队。我开始和霍尔打交道，然后丹尼，不知怎么的，和埃文·丹多和柠檬头有了关系。我在波士顿很认识埃文，所以我说，“哦，你应该管理埃文。”他需要一个经理，”我就说，“很好。我喜欢柠檬头。我已经见过他们一百次了。”然后一个朋友把我介绍给了交易的金，他来我的办公室开会。我真的已经在办公室里待了大概两周了。我做了整整两周的经理，金姆进来说：“我从收音机里听到小精灵们分手了。”在那之前，她还做了一张《育种者》的专辑。所以她说：“我认为饲养者是我的全职工作。所以，如果你有空，你应该成为我们的经理。”

我猜你的信心在增强，你一定已经到了一个你不必假装知道自己在做什么的地步，对吧？

我不同意这一点，因为我认为你可能不得不假装知道自己在做什么，因为无论你做了多少笔唱片交易，发行交易，发行许可证，每个人都是不同的。所以你必须不断地重新思考，重新学习。

当金·迪尔走进你的办公室时，你的“我可以提供给你”的宣传是什么？

我不知道我从来都不是一个投手，我想每当我必须投一个乐队，它总是更随意，比如，“是的，我们应该这样做。”这就是我的佣金率，让我们去做吧。”而且我从来没有签过大合同。我们有管理协议，规定了许可结构，我总是告诉年轻人，“让你的东西整洁。”今天是你最好的朋友，明天是你最大的敌人。让你的交易完成，确保你的合同被签署，所有这些东西，每个人都清楚你在赚什么钱，净收入和毛收入之间的差额。我是一个快速学习和学习的人，我只是吸取经验，从中学习，并继续前进。

你是如何进入音乐监督领域并成为一名音乐版权顾问的？你在音乐行业已经工作了20年了！

我知道这很奇怪。...我经常旅行，最后我遇到了一个人。我结婚了。我怀了一对双胞胎，这是个惊喜。我们家里没有双胞胎，就像在说，“什么？”我想说，“你知道吗？”不用担心，我会摇滚这个，不管怎样，这将会没事的。”当我的双胞胎大约一岁的时候，我意识到你不能做到这一切。我想在身边，我不想经常旅行，我经常旅行，到我的孩子一岁的时候，我已经走了200个晚上了。我当时在说，“这对任何人都不好。”

当时，我一岁的孩子比我的任何一个客户都更成熟和独立，这对我来说是一个真正的底线。我又开始和考特尼合作了，金·迪尔，我也有很多来自金山的老客户。所以我和考特尼，金·迪尔，声音指导，丽莎·勒布，埃文，我想我当时又和她合作了。我有一个不可思议的花名册，但我只是说，“哦，天哪，这行不通，”基本上我放弃了我所有的客户，只是说，“等等。我只会做任何事。”

然后我打了几个电话，只是打电话给我认识的各种人，然后说：“我基本上是要受雇的。”我可以做任何事。我学得很快。第一个打电话给我回来的人是我仍然工作，他的名字是史蒂文·康托，他是一个难以置信的导演，他叫我，他说，“我只是飞行员绿色的HBO和我要把你的音乐总监，”我想，“太棒了！伟大我会这么做的！”

所以我打电话给HBO，和一个叫迈克尔·汉密尔顿的人交谈，我刚刚得知他去世了。太伤心了。他真的给了我这样的机会，我说：“我是这个新剧的音乐总监。我以前没有做过音乐主管，但我做了很多授权协议。我非常深入理解出版、版权持有者和大师，“因为我做了很多唱片交易，我授权了很多音乐。这些年来，我的所有客户都有电视和电影的许可证，所以我真的很了解它，而雇佣我的史蒂文也知道他想要什么音乐。

我不是一个音乐主管，就像“你应该把这首歌放在这个场景里一样。”事情根本就不是这样的。史蒂文知道他想要什么。我只是一个主持人。迈克尔在HBO网站上曾说，“不

问题这是我们的模板。我会告诉你你该怎么做的。”他基本上就是教了我如何成为一个清关的人。我做了这个系列，然后HBO雇我，我不知道，我想我做了四五个纪录片，突然我间隙业务，然后不久，马特·韦弗叫我一个音乐，他想做的，我学会了如何明确剧院的音乐。这把我带到了摇滚时代，这是我职业生涯中一个惊人的时刻，因为它和其他重大时刻一样令人兴奋。

是的，但是更安全一点，对吧？

哦，天哪。作为一名戏剧制作人，令人兴奋的是，我和我的一些老管理同事分享，如果你有一个客户不想上舞台或者对某件事发脾气，而你是经理，你就完蛋了。这个乐队不会登台了。没有人能得到报酬，这颠覆了整个事情。在剧院里，如果有人不想登上舞台，那就会有一个替补演员！没有人发脾气。每个人都是成年人。他们都很高兴能在那里。他们都知道自己有多幸运。

你的职业道路

有没有想过有什么样的音乐商业职业？你可能会惊讶地发现，除了开唱片公司还有更多。这些机会甚至更广泛：

艺术家经理，音乐会推广总监，宣传总监
市场营销经理，音乐总监，音乐出版商
节日导演和更多！

查看我们的职业页面以获得更多的灵感！

Learn More





讲师聚光灯：

斯蒂芬坎菲尔德

斯蒂芬·坎菲尔德是全球品牌战略专家，目前担任Airbnb的主机营销主管。在此之前，他曾担任我们转移的营销副总裁和红牛声音选择的项目总监。他毕业于伯克利音乐学院，并获得了音乐商业/管理学学位。

在伯克利在线，斯蒂芬合著了研究生课程
音乐营销：面向消费者品牌的战略。

是什么吸引了你到这个行业的商业方面？

在商业方面工作让你有机会跨所有类型和多个行业工作，如果你出于正确的理由这么做，这将是巨大的回报。

告诉我们你的音乐背景。

我从小就写歌，在乐队里演奏长大。我来伯克利学习吉他，但我意识到我不如戴耳机的人好。这让我报名参加了音乐商业课程，在那里我发现自己对市场营销和传播产生了兴趣。

你很欣赏谁能充分利用他们的品牌？

我爱上了他们的第一张唱片《奔跑的珠宝》，并很幸运地和他们一起制作了一场演出。看到杀手迈克放大了他作为一名活动家的声音，真是太令人惊讶了。

你从音乐中学到的最大的一课是什么

商业

质量和对细节的关注，它们不值得牺牲来得到简单的答案。

定制你自己的成功之路

无论你是想提升你的职业生涯，还是只是想把你的技能提升到下一个水平，伯克利在线已经涵盖了你。我们提供的音乐业务服务包括：

Subar12周课程
沙桂校证项目
沙桂校学士学位课程
沙桂园硕士学位课程

Learn More





关于

在线学习音乐？

联系我们

在线伯克利。edu

advisors@online.伯克利。edu

1-866-伯克利（美国）

+1-617-747-2146 (INT'L)

Berklee Online