

Proyecto apoyado por



Seminario Gestión de Encadenamientos Productivos Musicales Territoriales





MDX & Roy Zderich

MDX (MDX Media Group)

- Sello, agencia y productora enfocada en marketing musical
- Especialistas en lanzamiento y crecimiento de artistas
- Especialidades clave:
 - Estrategias digitales
 - Promoción y distribución
 - Contenidos y campañas en plataformas
- Iniciativas:
 - MDX LaunchPad
 - MDX SuperFans
 - Next Gen Star

Roy Zderich

- Fundador de MDX
- Especialista en marketing digital para artistas
- Relator y consultor en industrias creativas
- Enfoque en estrategia, branding y crecimiento de audiencias

Propuesta de Valor

- 👉 Conectamos artistas con audiencias reales
- 👉 Transformamos visibilidad en crecimiento

Concepto clave:

- 🎯 “Construir carreras, no solo lanzar música”

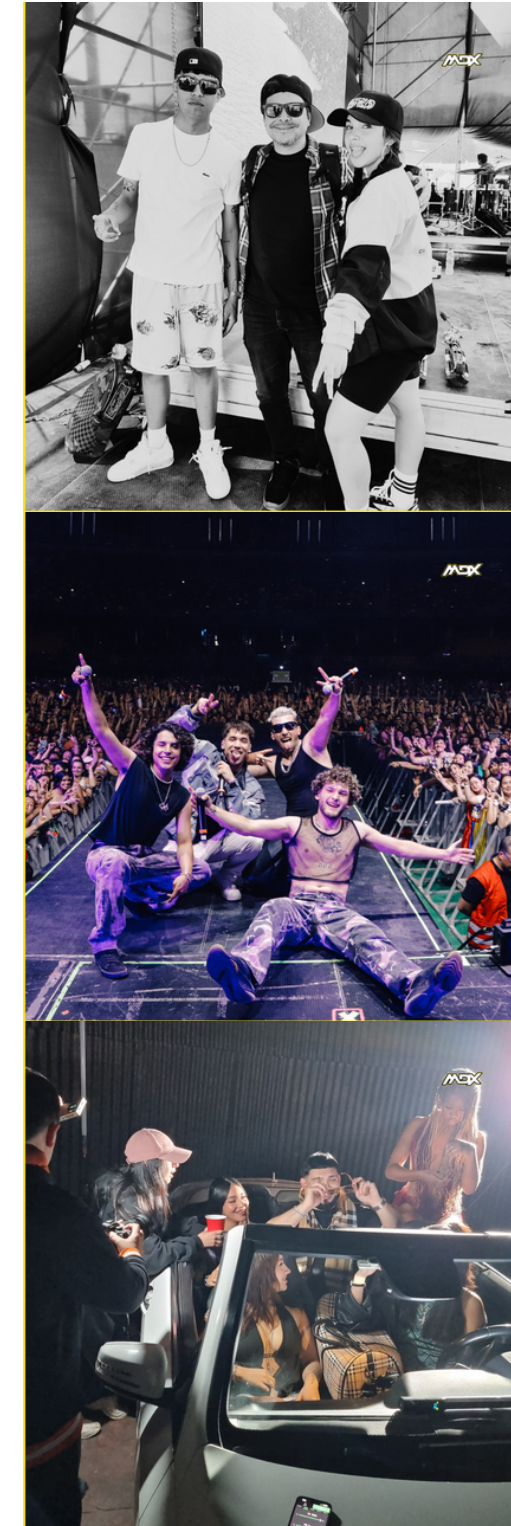




LÁMINA 1: El Nuevo Paradigma del Marketing Musical (2026)

Tema: De la promoción al sistema central del artista

Contenido:

El marketing musical deja de ser difusión → pasa a ser el núcleo estratégico de la carrera artística

La música ya no solo se escucha → se experimenta, comparte y habita

Mercado saturado:

- Miles de canciones lanzadas diariamente
- El talento ya no es suficiente → se requiere estrategia

Factores clave del nuevo ecosistema:

- Psicología del consumidor
- Branding artístico
- SEO y visibilidad digital
- Gestión de comunidad

Idea fuerza:

👉 El éxito depende de cómo, cuándo y dónde conectas con tu audiencia





LÁMINA 2: Branding e Identidad Artística

Tema: La marca como base de todo

Contenido:

La identidad artística es un sistema vivo, no algo estático

Punto de partida:

¿Qué haces? → Música

¿Por qué lo haces? → Propósito

Elementos clave del branding:

- Identidad visual (colores, estética, estilo)
- Voz y tono comunicacional
- Historia de origen
- Valores del artista
- La consistencia genera reconocimiento y confianza

Storytelling y narrativa:

- Mostrar proceso creativo (no solo resultado)
- Construir una historia en múltiples plataformas
- Involucrar a los fans como parte del relato

Idea fuerza:

👉 La conexión real nace de la autenticidad + coherencia



LÁMINA 3: Visibilidad y Contenido (SEO + Redes)

Tema: Cómo ser descubierto en 2026

Contenido:

1. SEO para músicos

Controlar la presencia en Google

Uso de palabras clave:

- Long-tail (búsquedas específicas)
- LSI (contexto semántico)

Optimización:

- Web oficial
- Biografías
- Contenidos y metadatos

2. Contenido como motor

Dominio del video corto:

- TikTok, Reels, Shorts
- Impacto en primeros 3 segundos
- Alta frecuencia de publicación

Contenido largo:

- YouTube (documentales, procesos, storytelling)

Canales propios:

- Newsletter = contacto directo sin algoritmo

Idea fuerza:

👉 Visibilidad = estrategia + constancia + contenido nativo de cada plataforma



LÁMINA 4: Lanzamientos, Datos y Monetización

Tema: Convertir atención en carrera sostenible

Contenido:

1. Estrategia de lanzamiento

- Planificación de 4 a 6 semanas

Etapas clave:

- Pre-save
- Teasers
- Lanzamiento coordinado
- Post-lanzamiento (UGC + contenido)

Estrategia Waterfall:

- Lanzamientos progresivos para maximizar streams

2. Uso de datos (KPIs)

- Engagement (interacción real)
- Conversión (acciones concretas)
- Oyentes activos vs pasivos
- Valor del fan (LTV)

3. Monetización

Diversificación:

- Shows en vivo
- Merchandising
- Suscripciones
- Sync (cine, publicidad)

Nuevas oportunidades:

- Web3 y activos digitales

Idea fuerza final:

👉 El crecimiento real ocurre cuando combinas
arte + datos + estrategia + consistencia



Proyecto apoyado por



Seminario

Gestión de Encadenamientos Productivos Musicales Territoriales

