

A photograph of a musician playing an electric guitar on a stage, overlaid with a solid red color. The word "shoutzz" is written in a large, white, lowercase, sans-serif font across the center of the image. The musician is wearing a dark shirt and dark pants, and is holding a white electric guitar with a black pickguard. The background shows a stage setup with amplifiers and a drum kit.

# shoutzz

**La social community che vive e alimenta  
il mondo della musica.**

Vito Sanitate - Luigi Notarnicola - Crispino Lanza



# Il web e il mondo della musica

- ❑ Gli **artisti** non dispongono di un portale idoneo a promuovere la loro musica;
- ❑ Gli organizzatori di eventi (**Pr**) non intercettano, in modo efficace, gli utenti web e social interessati all'evento;
- ❑ I **locali** usano ancora il passaparola o fonti non organizzate per trovare nuovi artisti da proporre ai propri clienti;
- ❑ Gli utenti (**i fan**) sono sommersi da troppe informazioni su eventi ai quali non sono per niente interessati.

Ad oggi non esiste uno strumento che misuri in modo oggettivo il tasso di partecipazione/interazione e di gradimento di un evento live.

# Gli attuali strumenti di promozione sul web sono inappropriati

- ❌ Per colmare le lacune tecnologiche, oggi i protagonisti della musica utilizzano in modo inappropriato i social network esistenti;
- ❌ I social network attualmente utilizzati sono nati per soddisfare bisogni differenti rispetto ai bisogni di tutti coloro che vivono di musica e di eventi live;
- ❌ I social network esistenti sono dei strumenti certamente utili alla promozione ma non sono in grado di proporre informazioni che vanno fuori dagli “schemi” standard dell’utente.

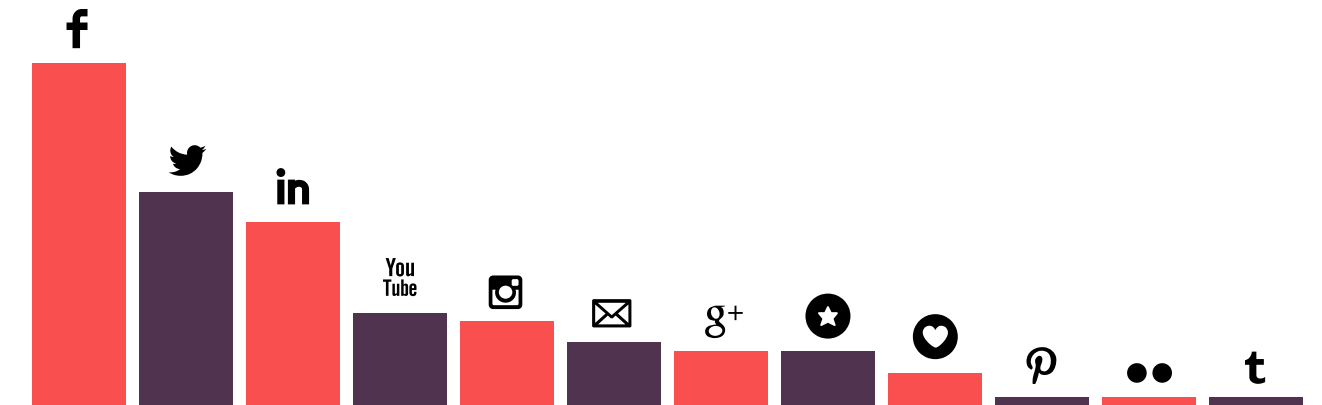
# Utilizzo dei social network più importanti:

## pre-evento

Facebook 77% - Twitter 48% - LinkedIn 42% - You Tube 21%

Instagram 19% - Sms & Text apps 15% - Google + 13%

Event apps 13% - Other 8% - Pinterest 2% - Flickr 2% - Tumblr 0%

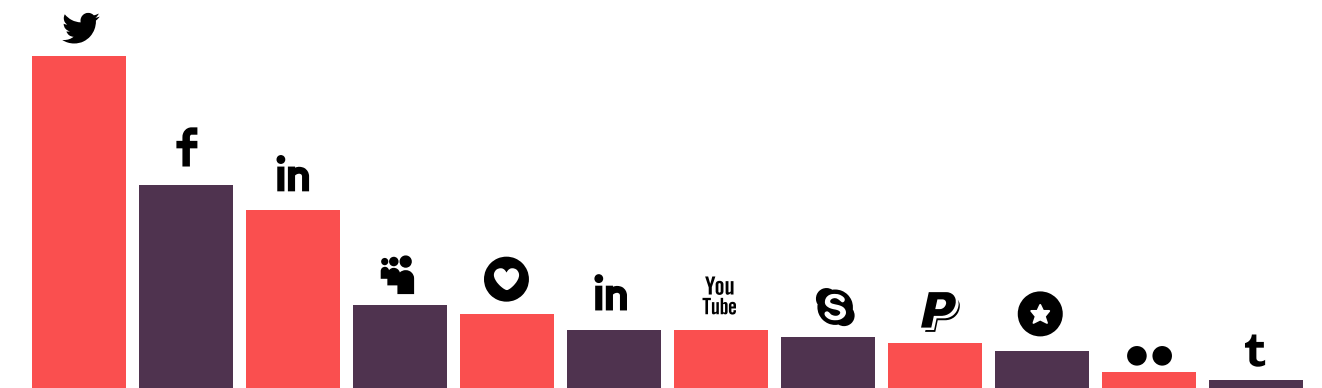


## durante evento

Twitter 73% - Facebook 45% - Instagram 39% - Sms & Text apps 18%

Event apps 16% - LinkedIn 13% - You Tube 13% - Google + 11%

Pinterest 10% - Other 8% - Flickr 3% - Tumblr 2%

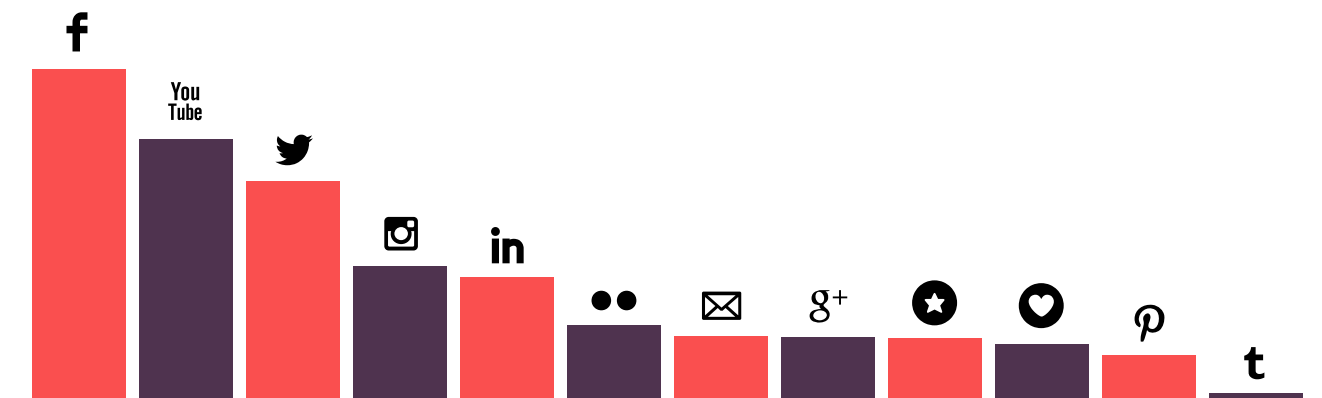


## post-evento

Facebook 55% - You Tube 44% - Twitter 37% - Instagram 23%

LinkedIn 21% - Flickr 13% - Sms & Text apps 11% - Google + 11%

Other 11% - Event apps 10% - Pinterest 8% - Tumblr 2%



# Shouzz: Stessa musica. Cambia il social network.



- Uno strumento completo con il quale i protagonisti della musica - **artisti, event promoter** e **locali** - interagiscono per incrementare il proprio business, creare eventi e informare i **fan**.
- Ha un sistema interno di AI (*machine learning*) con il quale impara autonomamente i gusti dei fan per fornire loro suggerimenti basati sui loro reali gusti musicali.
- Ogni evento creato su Shouzz raccoglie tutte le testimonianze dei partecipanti - immagini, testo, audio, video - popolando in tempo reale le bacheche dei protagonisti degli eventi e degli stessi fan.

## Valore del mercato italiano\*

I dati sul mercato sono incoraggianti.

Solo in Italia, su circa **1.000.000 di eventi** (rapporto SIAE 2014), contiamo circa **138.000.000 partecipanti**.

Tra i partecipanti agli eventi ci sono fan che seguono gli artisti su tutto il territorio europeo e oltre. Il progetto è stato strutturato per essere scalabile, un modello da sperimentare in Italia e da replicare ovunque.

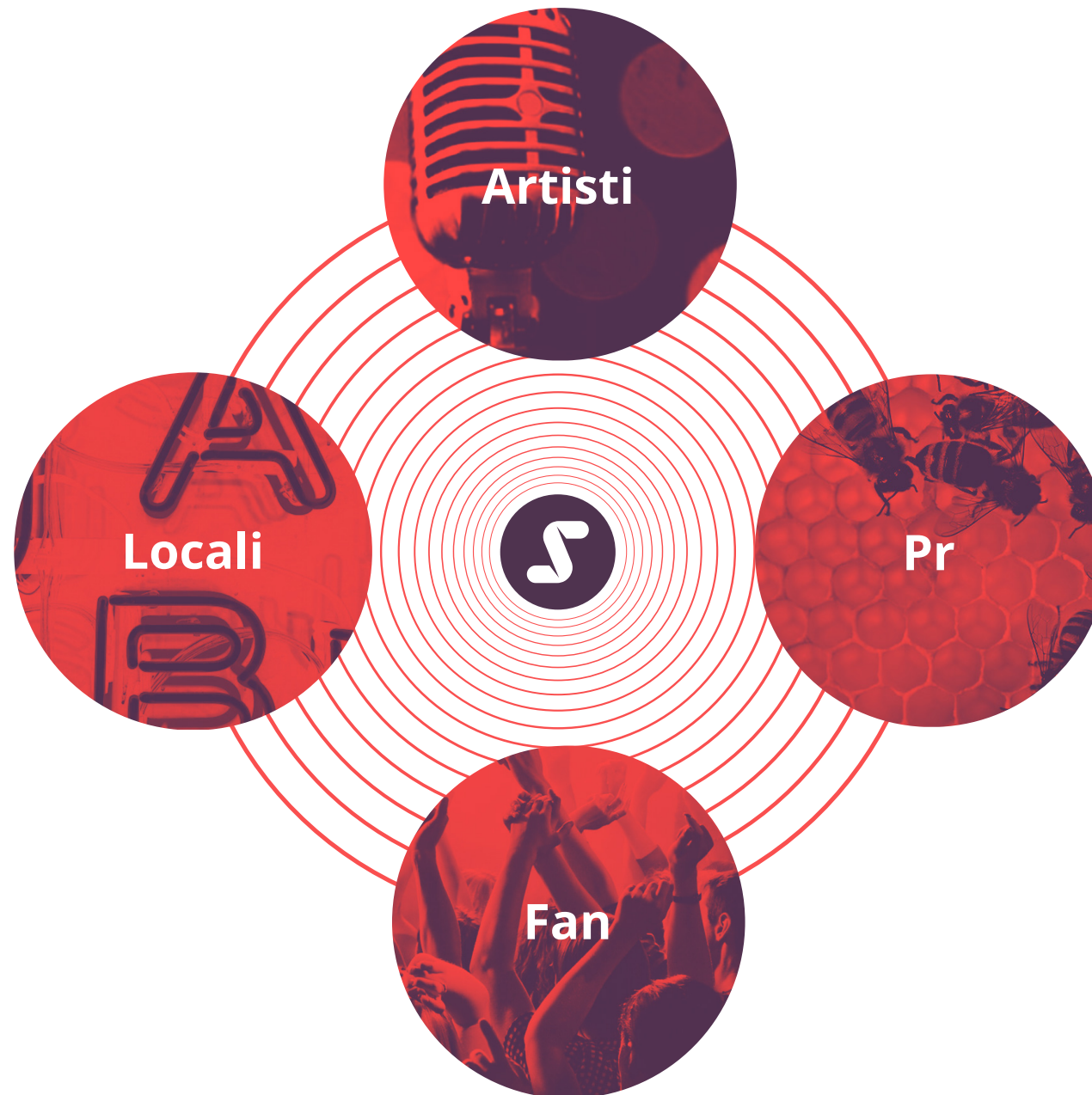


Numero eventi	951.559
Volume d'affari	1.979.086.148
Ingressi	62.521.937
Presenze	65.068.727
Spesa al botteghino	912.109.805
Spesa del pubblico	1.913.780.909

**Fonte: Rapporto SIAE 2014**

\*esclusi eventi, sportivi, circensi, cinematografici, attrazioni viaggianti, parchi divertimento, fiere e mostre.

# Il target a cui ci rivolgiamo







Gli **artisti**, emergenti e affermati, avranno uno spazio per inserire le informazioni riguardanti la loro attività musicale. Potranno ricercare i locali nel territorio dove proporre live ed informare i propri fan. In modo del tutto automatico.



I gestori di **locali** potranno promuovere la loro attività e potranno ricercare artisti da far esibire utilizzando alcuni filtri tra cui il *cachet*.



I **Pr** otterranno una visibilità in una community di settore. Utilizzeranno strumenti avanzati per comprendere le tendenze ed effettuare selezioni mirate di artisti e location. Potranno organizzare e promuovere gli eventi, misurando le performance.



I **fan** saranno parte di una community dedicata agli eventi. Potranno conoscere e seguire altri fan secondo criteri di affinità. Partecipano attivamente al social network condividendo audio, foto, video e testo direttamente durante gli spettacoli live diventandone parte attiva.

# Stato del progetto

- 📌 Sviluppo avanzato prototipo piattaforma (interfaccia utente e analisi funzionale)
- 📌 Sviluppata analisi di mercato potenziale (internazionale)
- 📌 SWOT analysis
- 📌 Sviluppata analisi competitors (Internazionale)
- 📌 Definito modello di business aziendale
- 📌 Brand Identity realizzata (progettato logo e corporate image)
- 📌 Individuate risorse economiche per autofinanziamento primo anno di attività
- 📌 Individuati i partner tecnici lato sw (figure senior con advanced skills)
- 📌 Individuati i canali commerciali

# Shouzz - Business Model

<b>Partners chiave</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Etichette discografiche</li><li>• Riviste on-line di musica e eventi;</li><li>• Produttori di strumenti e accessori musicali;</li><li>• Musicisti Main Stream.</li></ul>	<b>Attività chiave</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sviluppo Piattaforma;</li><li>• Marketing.</li></ul>	<b>Value Proposition</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Guida on-line aggiornata in real time per i fan su eventi live, artisti e locali;</li><li>• Interconnessione sociale tra persone con interessi e preferenze musicali affini;</li><li>• Piattaforma di ricerca e offerta lavoro a disposizione di musicisti emergenti;</li><li>• Suggerimenti personalizzati basati sui comportamenti individuali degli utenti;</li><li>• Sistema premiale di rating sul grado di soddisfazione degli utenti della piattaforma.</li></ul>	<b>Relazioni con clienti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pagina Facebook e altri main social;</li><li>• Pagine Shouzz;</li><li>• Newsletter ufficiale Shouzz;</li><li>• incontri diretti sugli eventi dove è presente Shouzz con proprio corner.</li></ul>	<b>Segmenti di clienti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Proprietari di Locali</li><li>• Musicisti emergenti</li><li>• Amatori di musica</li><li>• Inserzionisti pubblicitari</li></ul>
	<b>Risorse chiave</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Infrastruttura framework SW;</li><li>• Algoritmi Machine Learning.</li></ul>		<b>Canali</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Etichette discografiche;</li><li>• Riviste on-line di musica e eventi;</li><li>• Produttori di strumenti e accessori musicali;</li><li>• Musicisti Main Stream.</li></ul>	
<b>Struttura dei Costi</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Database usage</li><li>• Marketing and Sales</li><li>• Risorse umane</li><li>• Ricerca e Sviluppo</li></ul>			<b>Struttura dei Ricavi</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Inserzioni pubblicitarie</li><li>• vendite biglietti eventi live</li><li>• Fee per servizi a pagamento</li></ul>	



## Il nostro team



### Vito Sanitate

Responsabile e coordinatore di progetti, analista sviluppatore, software architect e user experience designer. Ideatore e realizzatore di un framework per lo sviluppo di applicazioni web in Cloud.

#### SKILLS

- Project management
- Software architecture
- UI/UX expert
- .Net software engineering
- Client-side engineering
- Web development
- Ontologies OWL-DL
- PhD Course on Computational Ontologies



### Luigi Notarnicola

Sono un progettista grafico. Studio strategie e progetto strumenti di comunicazione visiva per l'editoria e per il web. Credo nell'informazione, nella cultura e nel tempo libero, nella rigenerazione e nell'innovazione.

#### SKILLS

- Brand strategy
- Interaction design
- User experience
- Marketing strategy & communication
- Project management
- Design thinking
- Visual communication



### Crispino Lanza

Designer specializzato in ergonomia cognitiva con spiccate doti commerciali orientato al marketing. Credo nell'innovazione, nel rischio fondato sulle idee e nella forza del lavoro di squadra per raggiungere qualsiasi obiettivo.

#### SKILLS

- Interaction design
- User experience
- Planning & development
- Business & Marketing strategy
- Marketing communication
- International sales
- Team leadership
- Project & product management
- Negotiation
- Ergonomics