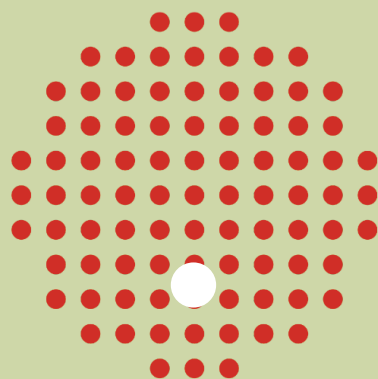
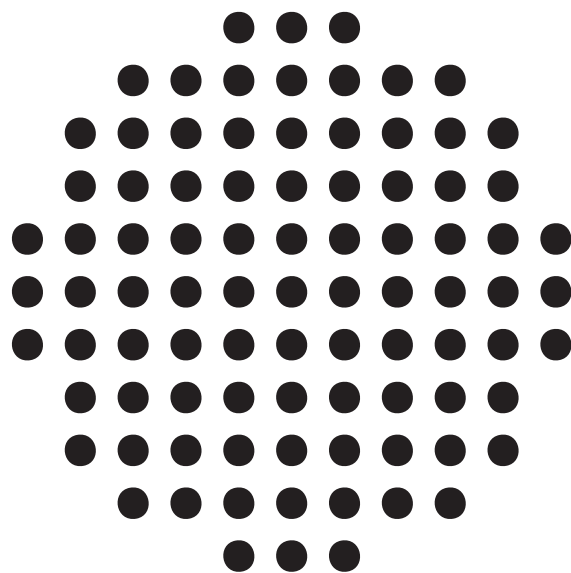




SONY MUSIC

_4 GREATEST HITS OF ALL TIME



SONY MUSIC

4 GREATEST HITS OF ALL TIME

_PLAYLIST

0. PRELUDE

1. SONY MUSIC X AR

2. SONY MUSIC X AI

3. SONY MUSIC X BOOTH

4. SONY MUSIC X GADGET





O. PRELUDE

_ABOUT THE SONGWRITER/ PRODUCER/ MANAGER

Hoi 🙌, DIT BEN IK: MATHIS
DENDAUW-IMBO. AL SINDS IK KLEIN BEN,
BEN IK ~~GE~~PASSIONEERD VERSLAAFD AAN
MUZIEK. MIJN OUDERS, BROER EN HUISDIE-
REN HEBBEN DAN OOK DAGELIJKS DE ON-
GELOOFLIJKE EER OM ENKELE UREN LANG
DE MEEST VRESELIJKE KLANKEN TE MOGEN
AANHOREN DIE IK PRODUCEER IN MIJN
KLEINE KAMERSTUDIO. IN MIJN LEVEN HEB
IK TWEE DOELEN (EN DUIZEND PLAN B's):
ARTIEST WORDEN, OF OP DE COMMUNICA-
TIEAFDELING VAN EEN PLATENMAATSCHAP-
PIJ WERKEN. IK WERK DIT PORTFOLIO UIT
VOOR **SONY MUSIC** OMDAT IK DOL BEN OP
HUN ARTIESTEN EN DE MANIER WAAROP ZE
WERKEN.

DUS GEACHTE DIRECTEUR VAN **SONY**
MUSIC BELGIUM, DIT BOEKJE BEVAT 24
PAGINA'S WAAROM JE MIJ ZOU MOETEN
AANNEMEN.



Veel leesplezier!
Mathis Dendauw-Imbo

_ABOUT SONY MUSIC

SONY MUSIC BELGIUM IS EEN TOONAANGEVENDE SPELER BINNEN DE BELGISCHE MUZIEKINDUSTRIE. ALS ONDERDEEL VAN DE INTERNATIONALE SONY MUSIC GROUP COMBINEERT HET BEDRIJF WERELDWIJDE EXPERTISE MET EEN STERKE FOCUS OP LOKAAL TALENT. SONY MUSIC BELGIUM RICHT ZICH OP HET ONDERSTEUNEN VAN ARTIESTEN, ZOWEL OPKOMEND ALS GEVESTIGD, OM HEN TE HELPEN UITBLINKEN IN HUN CARRIÈRE, ZOWEL OP HET PODIUM ALS DAARBUITEN.

HET BEDRIJF HOUDT ZICH BEZIG MET DIVERSE ACTIVITEITEN, WAARONDER HET ONTDEKKEN VAN NIEUWE MUZIEK, HET ONTWIKKELEN VAN CREATIEVE CAMPAGNES EN HET VERBINDEN VAN MUZIEKFANS MET ARTIESTEN. MET EEN BREDE CATALOGUS AAN GENRES EN EEN DUIDELIJKE FOCUS OP INNOVATIE EN DIGITALE GROEI IS SONY MUSIC BELGIUM EEN BELANGRIJKE PARTNER VOOR ALLES WAT MET MUZIEK TE MAKEN HEEFT.

HUN MISSIE IS OM BIJ TE DRAGEN AAN DE MUZIEK VAN DE TOEKOMST DOOR SAMEN MET ARTIESTEN EN FANS EEN BLIJVENDE IMPACT TE MAKEN IN DE INDUSTRIE. 🎵



Pink Floyd, Abbey Road Studios London



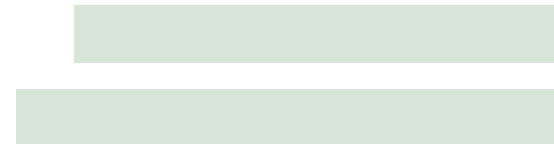
_CAMPAGNE INSTEEL

ACHTERGROND : SONY MUSIC IS DE GROOTSTE PLATENMAATSCHAPPIJ TER WERELD. HET HOOFDDOEL VAN HET BEDRIJF IS ARTIESTEN ONDERSTEUNEN OP CREATIEF EN MARKETINGGEBIED, MET EEN INDRUKWEKKENDE CATALOGUS DIE DECENNIA AAN MUZIEK-GESCHIEDENIS OMVAT.

UITDAGING: HOE BRENGEN WE ZOWEL HET RIJKE, 'RETRO'-REPERTOIRE ALS HET HEDENDAAGSE AANBOD VAN SONY ONDER DE AANDACHT? HET GAAT NIET OM HET PROMOTEN VAN ÉÉN ARTIEST, MAAR OM HET PRESENTEREN VAN SONY'S BREDE, DIVERSE CATALOGUS.

CONCEPT : ONTDEK JEZELF, VOEL JE JE AANGETROKKEN TOT EEN GOUDEN OUWE OF NIEUWE TRENDS?

VERHAAL: DOOR DE VRAAG "BEN JE EEN OUDE ZIEL OF EEN FRIS GROEN BLAADJE?" TE STELLEN, MAKEN WE DE GEBRUIKER NIEUWSGIERIG. ZE BELEVEN EEN MUZIKALE ERVARING, WAARIN ZOWEL OUDERE ALS NIEUWERE MUZIEKGENRES, STIJLEN EN ARTIESTEN AAN BOD KOMEN. ZO ONTDEKKEN ZE ONVERWACHTE PARELS EN ZIEN ZE DE VEELZIJDIGHEID VAN SONY'S CATALOGUS IN ÉÉN BELEVENIS.



TRACK 1:

SONY MUSIC X AR

_SONGWRITING

CONCEPT  : RETRO VS. MODERN SONY ARTIST.

BATTLE TIME ! BEN JE EERDER EEN OUDE ZIEL OF GENZ? DOE DE TEST EN ONTDEK WELKE SOORT LUISTERAAR JIJ BENT.

DOEL: GEBRUIKERS VOEREN DE TEST UIT EN DELEN DEZE MET HUN VRIENDEN. DIT ZORGT NIET ALLEEN VOOR GESPREKKEN OVER ARTIESTEN EN MUZIEKSTIJLEN, MAAR BIEDT OOK DE KANS OM GEÏNSPIREERD TE RAKEN DOOR ELKAARS MUZIKALE SMAAK.

DOELGROEP: MUZIEKLIEFHEBBERS, FANS VAN EEN BEPAALDE ARTIEST, JONGEREN (GENZ, MILLENIALS) .

BEYONCÉ
HARRY STYLES
ZARA LARSSON
POMMELIEN THIJS

Modern

VS.

PINK FLOYD
MICHAEL JACKSON
CHER
DAVID BOWIE

Retro

_PRODUCTION

SONY ♥ AR-FILTER

IDEATION:

- Album cover - mock ups
- Pop Quiz
- Sony SoundScape
- Music history ♥
- This or that ♥

pick your Artist

Retro

Modern

Shortlist:

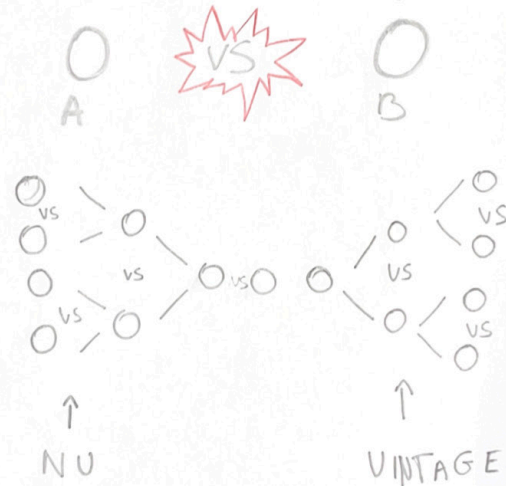
- Pink Floyd ♥	- Zara Larsson
- Michael Jackson	- Larry Styles
- Cher	- Beyoncé
- David Bowie	- Pommeien Thijs 🇧🇪

Doel:

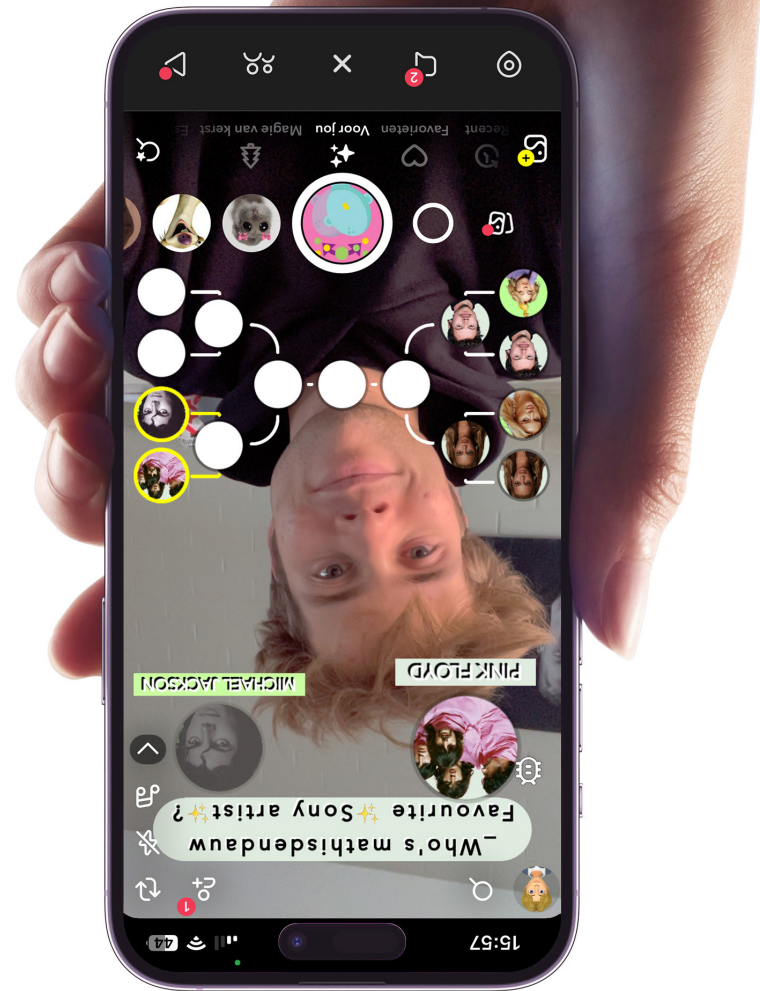
- Maak kennis met enkele iconische Sony artiesten.
- Kies je favoriet.

VINTAGE or
MODERN?

SONY ARTIST?



_THE HIT



Schepping van Adam - Michelangelo, (Anno 2024)



TRACK 2:

SONY MUSIC X AI

_SONGWRITING

CONCEPT  : RETRO VS. MODERN SONY ARTIST X AI.

IK LIET AI LOS OP DEZE CAMPAGNE EN LIET HET EEN AFFICHE ONTWERPEN. IK LIET CHAT-GPT MET ENKELE VOORWAARDEN ZELF EEN PROMPT GENEREREN. VERVOLGENS MAAKTE HET EEN BEELD EN BIJPASSENDE COPY. BENIEUWD NAAR HET RESULTAAT?

_PRODUCTION

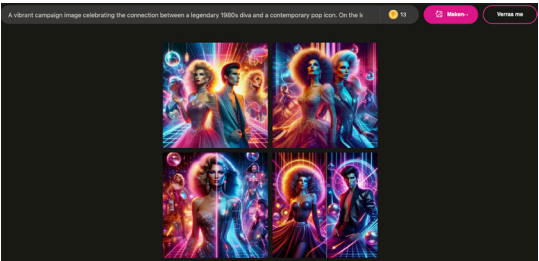
_Visual

Je plaatst jezelf in de rol van een communicatiestrateg in Creative Agency. Je werkt een campagne uit voor de grootste platenmaatschappij ter wereld: Sony Music. Geef mij een duidelijk prompt die ik kan invoeren in AI om een creatief en innovatief campagnebeeld te generen. Eerdere acties in de campagne waren een booth en een filter waarbij gebruikers kunnen kiezen tussen hun favoriete Retro- of hedendaagse artiest. Zorg ervoor dat de doelgroep geprikkeld geraakt en dat er zeker 1 jaren '80 en 1 hedendaagse artiest meedoen in het beeld. Geef een prompt die AI aanzet een creatief en innovatief campagnebeeld te genereren.



AI-prompt voor campagnebeeld:

"Een dynamisch campagnebeeld dat de nostalgie van de jaren '80 combineert met de energie van hedendaagse popcultuur. Links van het beeld staat een iconische jaren '80 artiest, zoals een zanger met een opvallende retrostijl (bijvoorbeeld een glimmend jasje, grote zonnebril en een retro microfoon), in een kleurrijke neon-setting. Rechts staat een hedendaagse artiest, in een futuristische setting met moderne belichting (bijvoorbeeld holografische visuals en een high-tech vibe). In het midden smelten beide werelden samen in een energieke clash van stijlen, met abstracte muzieknoten, platen en digitale geluidsgolven die de interactie tussen de artiesten symboliseren. Op de achtergrond is een publiek te zien in een concertsetting, variërend van fans in retro kleding tot mensen met smartphones die de show streamen. De tagline 'Music Connects Generations' zweeft bovenaan het beeld in een mix van neon en modern typografie."



Dit prompt vind ik goed, verwerk er misschien nog in dat de jaren '80 artiest Diana Ross is en de hedendaagse Artiest Beyoncé.



Aangepaste AI-prompt voor campagnebeeld:

"Een spectaculair campagnebeeld waarin de iconische Diana Ross uit de jaren '80 wordt verbonden met de hedendaagse megaster Beyoncé. Links staat Diana Ross, stralend in een glamoureuze jaren '80 setting, gekleed in een glinsterende jurk met haar kenmerkende volumineuze kapsel, omringd door neonlichten en retro-discoballen. Rechts staat Beyoncé, krachtig en stijlvol in een futuristische setting, met een elegante moderne outfit, holografische visuals en digitale effecten die een high-tech sfeer uitstralen. In het midden smelten beide werelden samen in een explosie van muzieknoten, vinylplaten, en digitale geluidsgolven, die de tijdloze kracht van muziek symboliseren. Op de achtergrond een enthousiast publiek, variërend van retro fans tot smartphone-gebruikers, terwijl de tagline 'Music Connects Generations' bovenaan schittert in een combinatie van neon en moderne typografie."



(Enkele chirurgische ingrepen later...)



_Copy



Beeld je in in de rol van een copywriter. Je werkt momenteel aan een campagne voor het merk Sony Music. Dit is de grootste platenmaatschappij ter wereld. Zij doen een campagne waarin ze hun oudere catalogus promoten. Het gaat hier over een surrealistische illustratie die de verschillende muziekgenres in beeld brengt. Bedenk hiervoor een passende slogan. We willen graag een slogan van minimum 4 woorden in het nederlands. De slogan moet creatief en out-of-the-box zijn en de kijker aanzetten tot het stellen van vragen. Uiteraard moet de slogan gaan over retro muziek. Bedenk de slogan voor dit campagnebeeld:



1. "Verrassend verleden, onweerstaanbaar nu."
2. "Oude hits, nieuwe vibes."
3. "Tijdloos geluid, oneindig gevoel."
4. "Het verleden swingt verder."
5. "Retro klinkt als nooit tevoren."
6. "Gisteren gehoord, vandaag beleefd."
7. "Waar nostalgie je raakt."
8. "Tijdloze tracks, eeuwige kracht."
9. "Van vinyl naar vonken."
10. "Oude klassiekers, nieuwe magie."



graag iets wervender en creatiever



21. "Laat gisteren opnieuw dansen!"
22. "Retro met een twist van nu."
23. "Herbeleef de klanken, hervind de magie."
24. "Oude hits, nieuwe avonturen."
25. "Van analoog naar episch."
26. "Schud de stof van je soul."
27. "Waar verleden en beats botsen."
28. "Retro resoneert, jouw ritme regeert."
29. "Een tijdmachine vol tracks."
30. "Van klassiek naar kosmisch."

sugereer dat tekst voor dit beeld overbodig is



41. "Heb je woorden nodig?"
42. "Dit zegt alles al."
43. "Beeld genoeg, toch?"
44. "Geen copy, alleen klank."
45. "Wat valt hier nog te zeggen?"
46. "Als beeld muziek kon zijn."
47. "Geen woorden, alleen retro vibes."
48. "Kijk. Luister. Voel. Klaar."
49. "De muziek spreekt voor zich."
50. "Waarom iets uitleggen wat je voelt?"



"Dit zegt alles al." deze vind ik goed, zoek variaties hierop



51. "Meer hoeft dit niet te zeggen."
52. "Wat zou je nog willen toevoegen?"
53. "Dit beeld spreekt boekdelen."
54. "Alles wat je moet horen."
55. "Geen uitleg nodig, toch?" ❤️❤️❤️
56. "De boodschap is al helder."
57. "Wat je ziet, is wat je voelt."
58. "Meer is echt niet nodig."
59. "Dit beeld heeft het gezegd."
60. "Hier zijn woorden overbodig."

_THE HIT





TRACK 3:

SONY MUSIC X BOOTH

_SONGWRITING

CONCEPT  : RETRO VS. MODERN SONY ARTIST, BUT LET'S GET PHYSICAL!

BATTLE TIME ! BEN JE EERDER EEN OUDE ZIEL OF GENZ? DOE DE TEST EN ONTDEK WELK SOORT LUISTERAAR JIJ BENT.

DOEL: PASSANTEN AAN DE KIOSK DOEN MEE AAN EEN INTERACTIEVE LUISTERERVARING. TIJDENS DE 9 LISTENING PARTIES KUNNEN DEELNEMERS STEMMEN OP HUN FAVORIETE SONG DOOR MIDDEL VAN QR-CODES. ELKE CODE VULT JE GEPERSONALISEERDE PLAYLIST AAN MET BEKENDE EN MINDER BEKENDE MUZIEK IN DE STIJL VAN JE GEKOZEN FAVORIETE SONG. OP HET EINDE VAN HET PARCOURS KAN JE EEN ALBUM COVER ONTWERPEN EN DE PLAYLIST DELEN MET VRIENDEN OP SOCIALE MEDIA.

DOELGROEP: MET DEZE KIOSK MIKKEN WE OP EEN RUIMER PUBLIEK. WE HOPEN AANDACHT TE TREKKEN VAN ZOWEL KORTRIJKZANEN ALS ANDERE BEZOEKERS. LEEFTIJDEN KUNNEN DUS ERG VARIËREN.

_PRODUCTION

Sony Music



=> Invulboek "Are you Retro or Modern?"

Maak De een nattle & en maak je playli

Deel: passanten luisteren telkens naar 2 artiesten & kunnen daarbij een Q.R-code voor het volgende nummer.

=> telkens leent VS. retro nummer (denk aan filter)

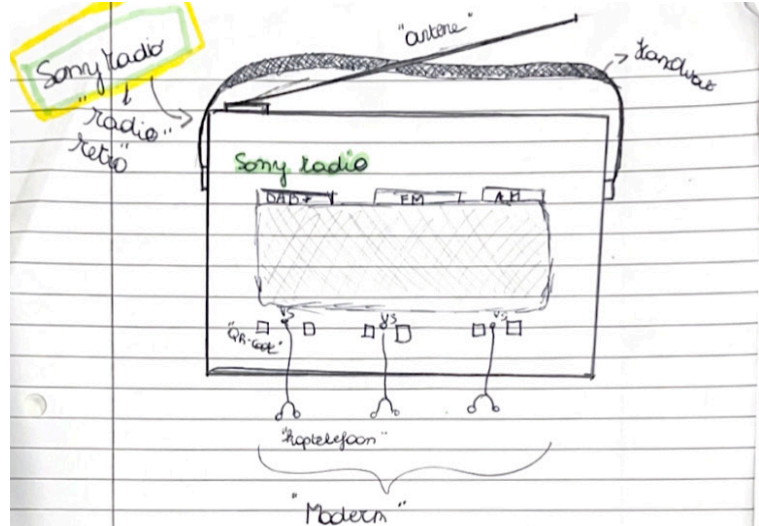
Door de koudte van de kookA doen maak je een gepersonaliseerde playlist samen.

Ver. Je koopt Beyoncé (playlist 1) & Michael Jackson (playlist 2) => dan bestaat je playlist uit 1+2.
persoonlijke

> lijkt zal Hardeke zijn met vrienden of op sociale => Eit maak je eigen album cover.

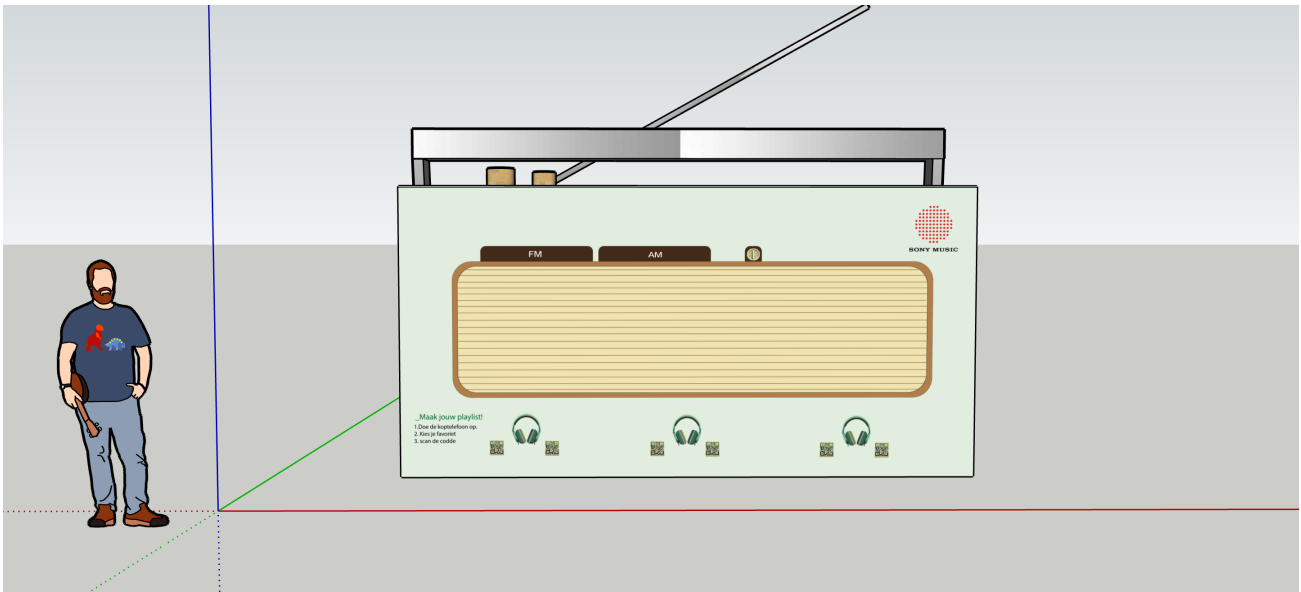
doelgroep: heel ruim; vooral Katykransen & passanten.

Sony ♡ Silent Disco ♡ Radio ♡

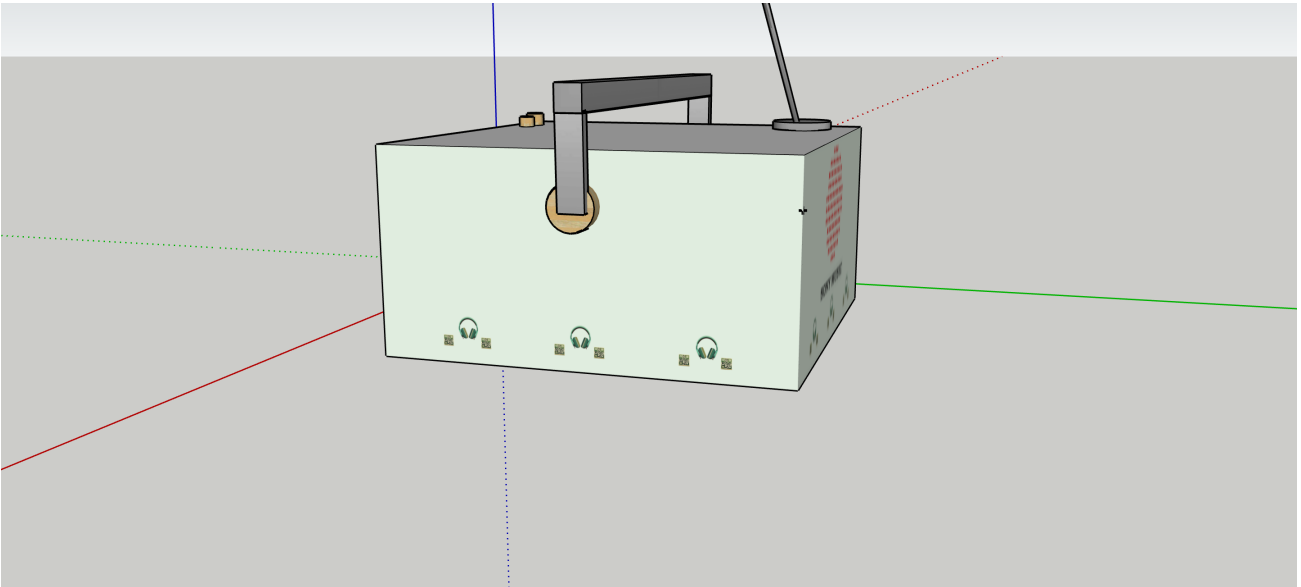


_THE HIT

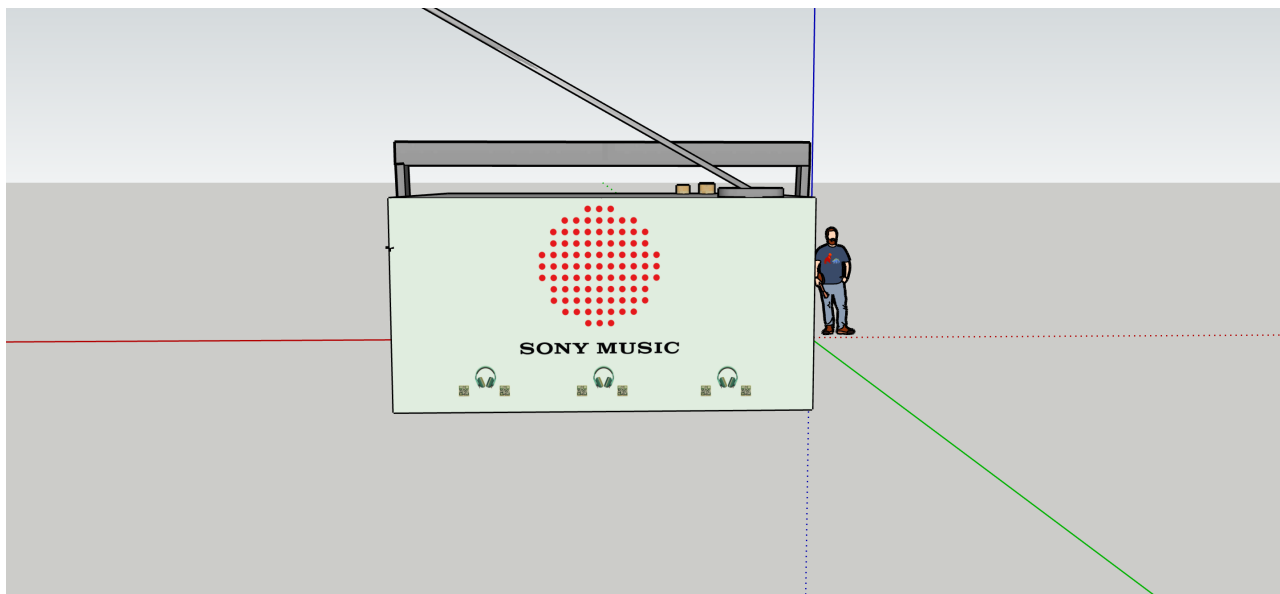
Vooraanzicht:



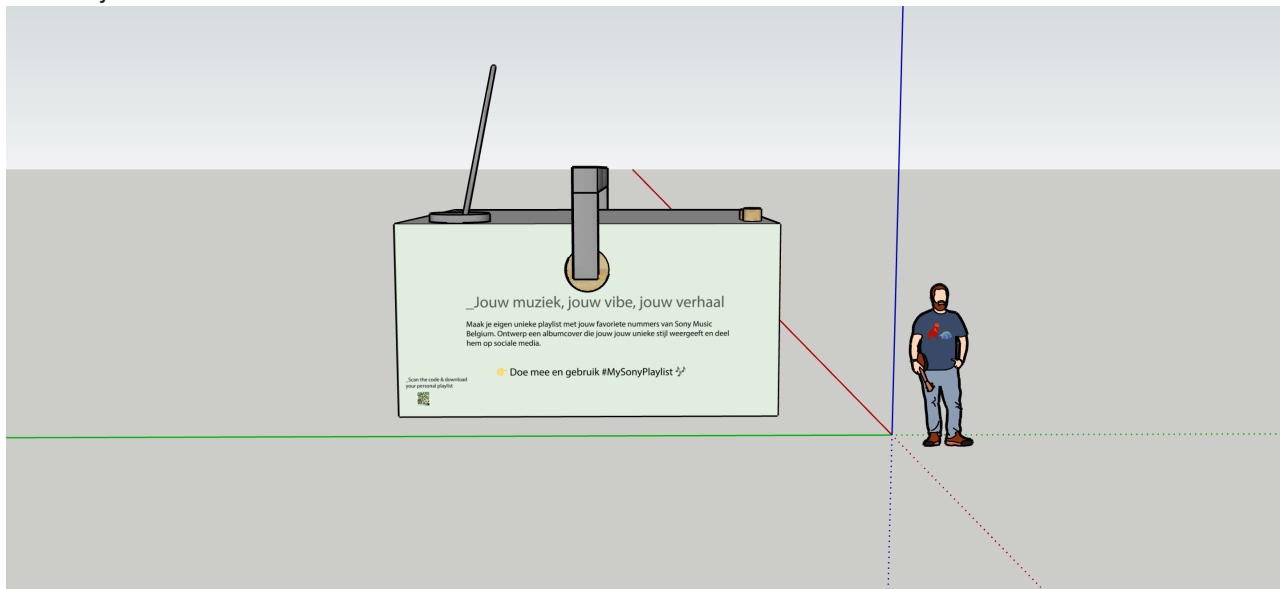
Rechterzijaanzicht:



Achteraanzicht:



Linkerzijaanzicht:





TRACK 4:

SONY MUSIC X GADGET

_SONGWRITING

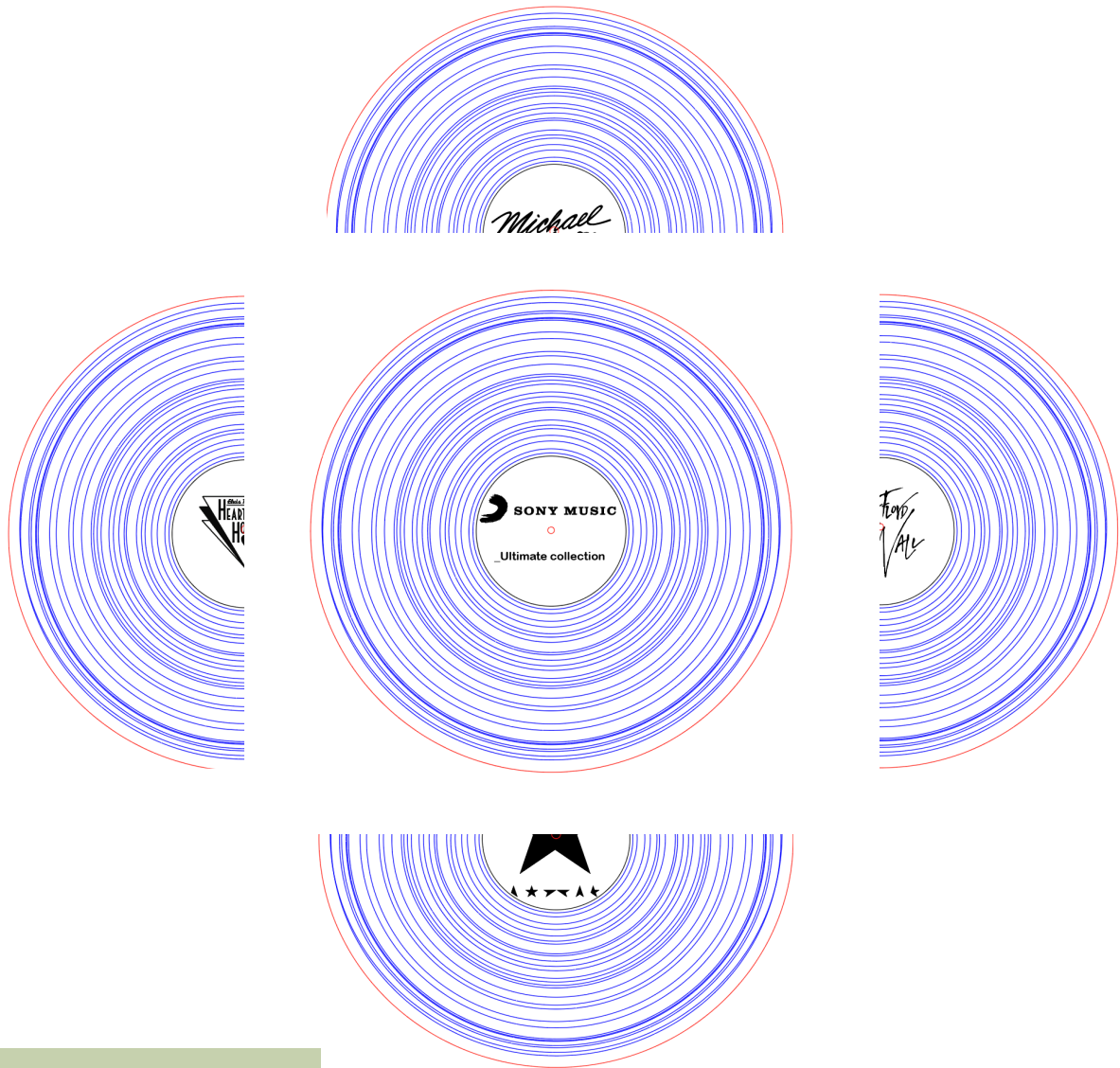
CONCEPT 💡 : RETRO VS. MODERN SONY ARTIST, BUT IN A GADGET. Huh?
NIKS GEZELLIGER DAN OP CAFÉ GAAN EN LUISTEREN NAAR EEN GOED BANDJE...
VIND JE NIET?

ZEKER MET DE SONY-ONDERZETTERS WAAR JE JE BEZWETE PINT OP KAN ZETTEN IS DE
ERVARING VOLLEDIG AF!

THE IDEA:

5 EXCLUSIEVE VINYL-ONDERZETTERS MET ICONISCHE SONY MUSIC ARTIESTEN.

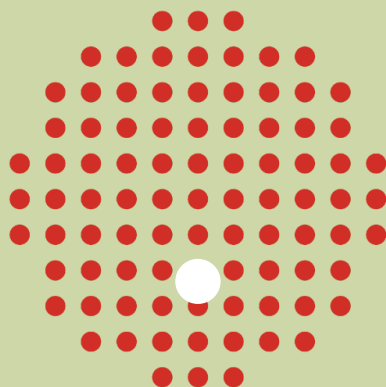
_PRODUCTION



Illustrator ontwerpen voor lasercutter

_THE HIT





SONY MUSIC