

BECKY BLACK

Patrizia Chiarappa
Presentation
2118439

Who's Becky Black?



26 years old singer-songwriter from Italy, currently based in London. I held my first self-organised Headliner concert in 2018 to promote my first Album and won different singing and songwriting competitions both in Italy and London.

My Inspirations

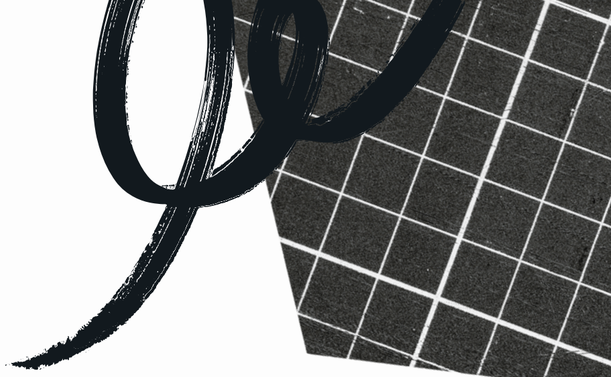
Halsey



Bishop Briggs







LADY GAGA



Their Core Values



Transparency

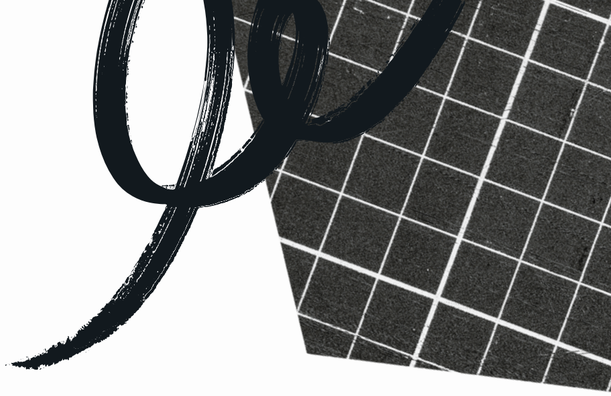
Vulnerability

Women Empowerment

Honesty

Activism

Becky Black's genre



My music genre reflects a mixture of the Artists I follow as inspiration:

Pop

Electronic-pop

Alternative

Synth-pop



Becky Black Logo Ideas









Becky Black



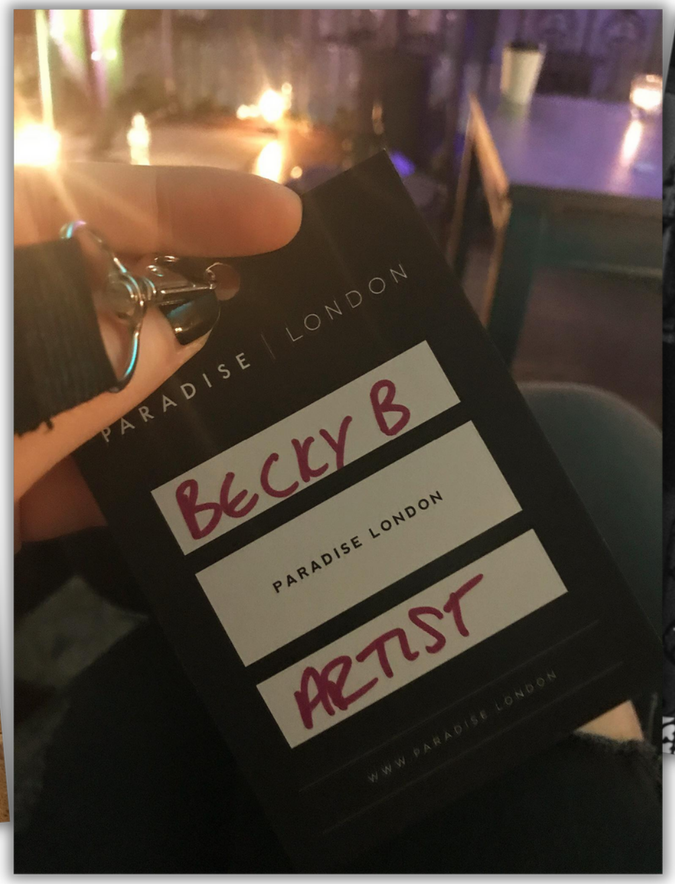
Current favicon (Tab Icon)



My main Achievements

Paradise London Contest - Omeara Acoustic Stage (2017)

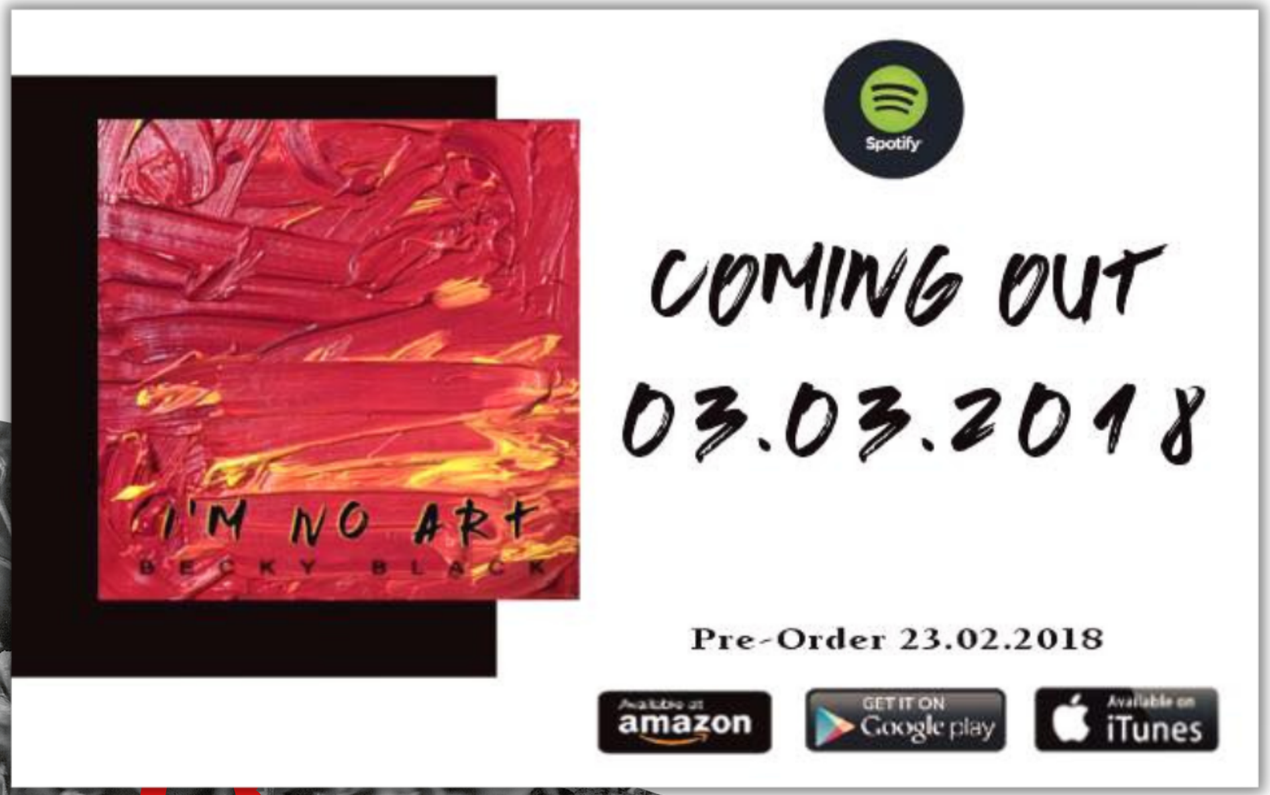




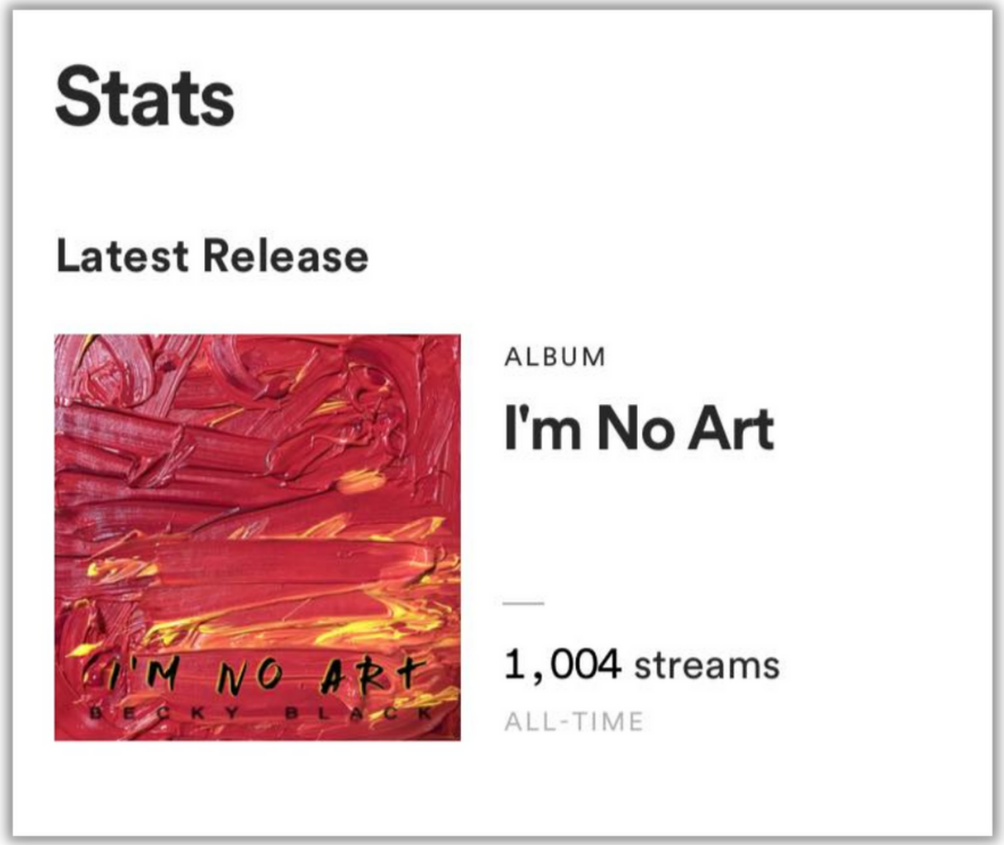


My main Achievements

The Album "I'm No Art" (2018)



STREAMS IN THE FIRST TWO WEEKS



My main Achievements

"I'm No Art" Merchandise (2018)









My main Achievements

The "I'm No Art" Concert (2018)

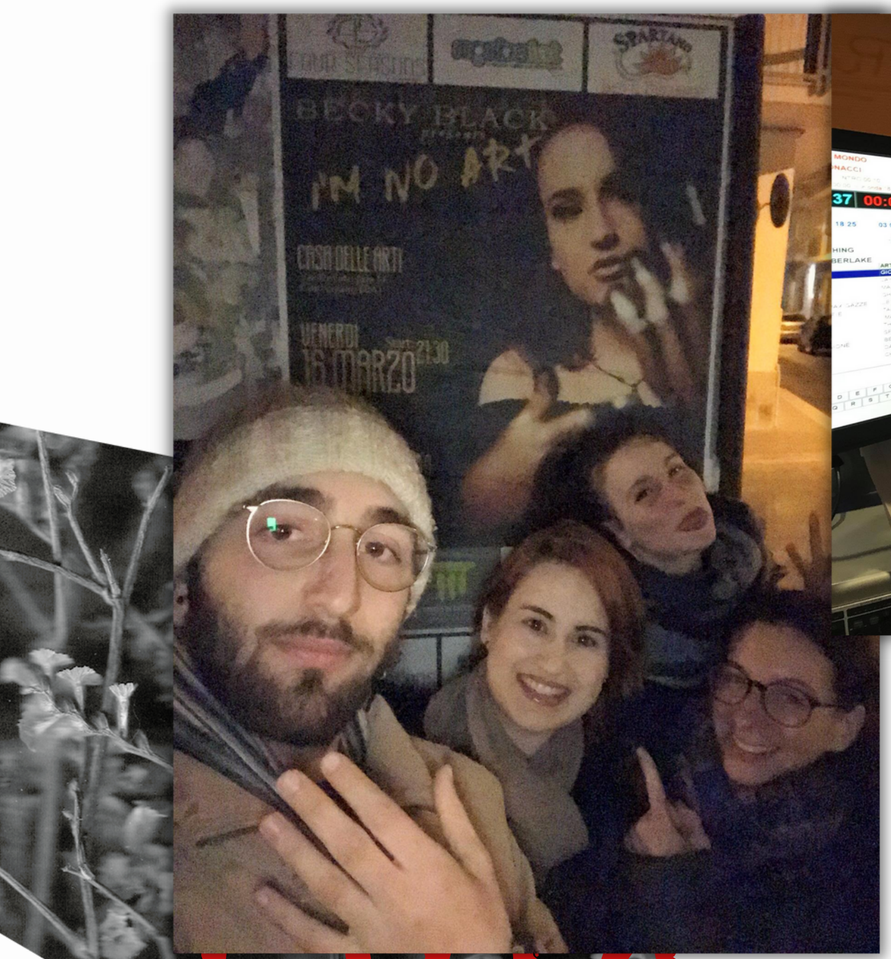






The Marketing Strategy

Local Newspaper Interviews, Radio interviews, Social Media Advertising (Facebook and Instagram), Posters









I fatti della SETTIMANA Fax 21

17 Marzo 2018

Patrizia Chiarappa, cantautrice conversanese, punta in alto. Ha lasciato il paese per vivere a Londra

Becky Black alla conquista del mondo

"Determinata, pigra, procrastinatrice". Così si definisce la giovane promessa della musica, la conversanese Patrizia Chiarappa. A distanza di poche ore dal suo concerto di debutto, ieri sera presso la Casa delle Arti, nel giorno del suo ventiduesimo compleanno, la ragazza si racconta alle pagine di Fax, ripercorrendo il sogno diventato realtà e gli alti e bassi di una vita trascorsa sotto il segno della musica. In arte "Becky Black", Patrizia inizia ad avvicinarsi alla musica all'età di 9 anni, dopo un'infanzia vissuta a contatto con la creatività: "a quattro anni rubavo i piatti di plastica dalla cucina e li riempivo di colori" racconta "poi un giorno mia madre venne nella mia cameretta e scoprì che ne facevo piccoli quadri". Una passione, quella per l'arte, d'altronde mai sopita: la copertina del suo album "I'm no Art" è infatti il risultato grafico di un suo dipinto. Ma non è il solo tocco creativo di questo lavoro.

Patrizia Chiarappa, in arte Becky Black

La copertina del suo album

Il tuo nome d'arte è Becky Black. Come nasce? "Quando avevo 12 anni scrissi un romanzo. La protagonista si chiamava Jessica Cassandra Rebecca Black, da qui Becky Black. Era la storia di una ragazza madre di sedici anni con una famiglia complicata. Era un po' il mio alter ego: alcuni aspetti del suo carattere erano i miei, i genitori di Becky avevano tratti dei miei. Solo che se io fossi rimasta incinta a 16 anni, certo i miei genitori non mi avrebbero ripudiata. Scrissi il racconto in un quaderno. Dopo qualche anno l'ho ripreso e passato al computer, con un italiano diverso. Poi però non ci ho più lavorato."

Come per il romanzo, ogni tanto decidi di tornare sui vecchi testi? "Di solito le canzoni le scrivo di getto. Così è nato anche questo album. È una capacità che credo di aver avuto sin da bambina: scrivevo poesie, filastrocche, amavo trovare le rime, come ad esempio "acqua frizzante col deodorante". Poi il primo brano l'ho scritto a quindici anni, più ma c'era solo la musica."

Scrittrice, pittrice e musicista. Quanto c'è di te all'interno dei tuoi brani? "Gran parte dei testi delle mie canzoni raccontano qualcosa della mia vita. Ho però affrontato anche temi sociali, dal Bataclan alla violenza sulle donne. Ma inevitabilmente, la gran parte fa riferimento alla mia biografia."

Una biografia segnata ovviamente da spartiti e chiavi di violino, sin dall'adolescenza, fra i banchi di scuola. "Sì, con il corso musicale della scuola media Carelli ho imparato a suonare il flauto traverso. Al primo anno ero la più ciuccia del corso. Ricordo che nel gruppo c'era un ragazzo più grande che mi piaceva e odiavo sbagliare di fronte a lui. Due anni dopo sono diventata la più brava della classe. Di lì il mio insegnante di musica propose ai miei genitori di iscrivermi al conservatorio, che ho frequentato per due anni, imparando un po' di pianoforte. A 16 anni ho iniziato con la chitarra e poi anche col violino."

A 17, invece, vinci un concorso canoro. Che tipo di esperienza è stata? "Sì. Quando ho vinto il concorso ero molto felice e piena di aspettative. Avevo la possibilità di incidere un brano, ma in realtà non è stato fatto più niente. Mi ero anche offerta di aiutare per la musica, ma una volta concluso il lavoro, il produttore non si è fatto più sentire e il tutto è andato perso."

Oggi, però, arriva la tua rivincita. "Sì. Ricordo ancora le parole che mi rivolsero una volta: "con l'inglese non andrai da nessuna parte". Ad oggi ho inciso un album, organizzo un concerto e mi esibisco su un palcoscenico".

I testi dei tuoi brani, in effetti, sono tutti in inglese. A cosa si deve questa scelta? "Non lo so, in realtà. Ho sempre scritto in inglese, l'ho sempre amata come lingua. Ricordo che quando ancora non era facile recuperare tramite internet le traduzioni delle canzoni, trascorrevo pomeriggi a studiarle e tradurle. Volevo conoscerne il significato, imparare ogni sfumatura di quella lingua che mi affascinava. Credo l'imprinting sia avvenuto a Parigi: ero piccola e stavo salendo con i miei genitori sulla cima della Torre Eiffel. Ascoltai una signora che parlava in inglese e fui come folgorata. Poi scoprimmo che era italiana e viveva a New York."

Il titolo del tuo album è "I'm no art". Cosa significa? "I'm no art è l'anagramma del nome di mio padre "Martino" a cui ho dedicato questo lavoro. Io sono una pigra, procrastinatrice. Avevo alcuni testi, ma dovevano essere perfezionati. Lui ha sempre voluto che finissi questo progetto, quindi dopo la sua scomparsa c'è stata una svolta: ho completato il lavoro e il 3 marzo è uscito l'album con questo titolo."

Un rapporto, quello con il papà Martino, segnato dalla musica e dalla bellezza di un sogno condiviso. "Il rapporto con mio padre è cambiato quando ho iniziato al liceo. Lui mi accompagnava a scuola, il Sante Simone, e quei dieci minuti per noi sono diventati un rito: parlavamo di tutto, della musica, era il mio migliore amico. E quando uscivo prima, o ne avevamo bisogno, io e lui ce ne andavamo con la macchina a Cozze, a volte ci spingevamo verso Mola, altre volte verso Polignano. Non importava la pioggia, il caldo. Posso dire di aver visto Cozze in tutte le sue sfaccettature. Ci torno anche da sola, quando ho bisogno di staccare. Con la mia chitarra. Mi fermo e suono."

È stato lui a trasmetterti l'amore per la musica? "No. In realtà mio padre non era un appassionato. Lo è diventato con me. Quando andavo al liceo, il mio professore di storia, il prof. Locafaro, mi chiese di masterizzargli un CD di Kate Bush perché non ci sapeva fare con la tecnologia. Ricordo che rimasi così entusiasta di quella richiesta che al ritorno da scuola raccontai tutto a mio padre, esprimendo tutta l'ammirazione per quel prof che tra latino, greco e storia, era anche un vero intenditore. Fu in un certo senso il maturare di un piccico di sana gelosia che portò mio padre ad avvicinarsi a questo mondo. Iniziò a propormi cover delle canzoni di Adele, ad ascoltare ogni genere e pian piano ad entrare sempre più nel mio mondo."

Quando hai capito che questo sogno poteva davvero rappresentare il tuo futuro? "Credo sia stato quando ero con i miei genitori in vacanza a Roma. Eravamo in un irish pub dove c'era il karaoke. A turno la gente si esibiva, ma il pubblico era freddo, indifferente. I miei mi spinsero a salire sul palco. All'improvviso la gente si avvicinò, il dj si complimentava alla console. Fu qualcosa di straordinario. Capii che la musica per me doveva essere una certezza per il mio futuro. È un sogno rischioso, ma mi rende felice. Adesso punto in alto."

Si lavora già ad un altro progetto? "Sì. Ho già pensato alla copertina e al titolo, appena posso mi metterò a lavoro per i testi."

Ora però vivi a Londra e torni qui sporadicamente. Quale rapporto hai con Conversano? "È un rapporto conflittuale. quando hai un sogno così grande un paese così piccolo diventa un ostacolo per avverarlo. La gente giudica, fa domande, aumenta la pressione psicologica. Quando sono partita l'ho lasciata alle spalle. La canzone "Gone" parla di questo, di quando ho lasciato il paese lontana dalla gente e dai loro giudizi. È però sempre la mia casa. Qui c'è la mia famiglia, i miei due nipotini e quando torno per le strade rivivo i ricordi di infanzia: il babchino di fronte Ranieri dove mio padre si fermava prima di andare a Cozze per comprare il giornale, la via di Cozze. C'è un cordone ombelicale, ma fatto di questi ricordi."

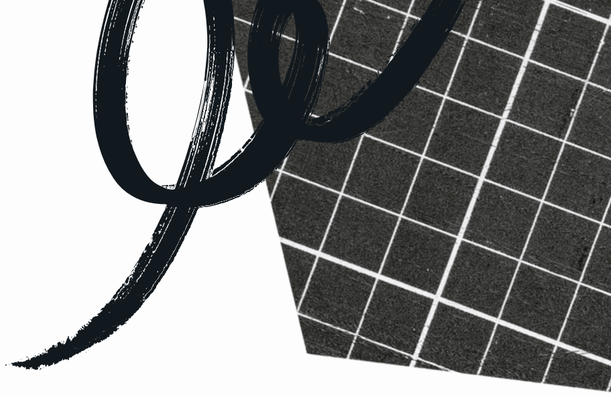
Qui però hai anche trovato tante persone che ti hanno aiutato ad inseguire il tuo sogno, oltre la famiglia. "Sì, Linda Loprione, Dionisio Fasanella, Renzo Salvatori. Con loro ho imparato tanto. E con l'organizzazione del concerto sono rimasta davvero sorpresa. Tanti hanno scelto di aiutarmi "Moda sotto le stelle", Katia Sportelli, Giuseppe Lovaccio."

Ci sono tanti ragazzi che come te inseguono questo sogno. Cosa diresti loro? "La determinazione fa la differenza. Bisogna puntare sempre in alto, mai arrendersi. Come diceva Steve Jobs "stay hungry, stay foolish". E io sento fame per la musica, gli strumenti. Non si può raggiungere la perfezione, ma si può sempre crescere."

E Conversano fa il tifo per te.

Ilaria De Marinis

Results within the first three months (March 2018 - June 2018)



- Album streams - 1000>
- Out of 100 copies - 58 physical Albums sold
- Out of 50 T-shirts - 25 units sold
- 300 Venue Capacity - 150 tickets sold (not including guests tickets)

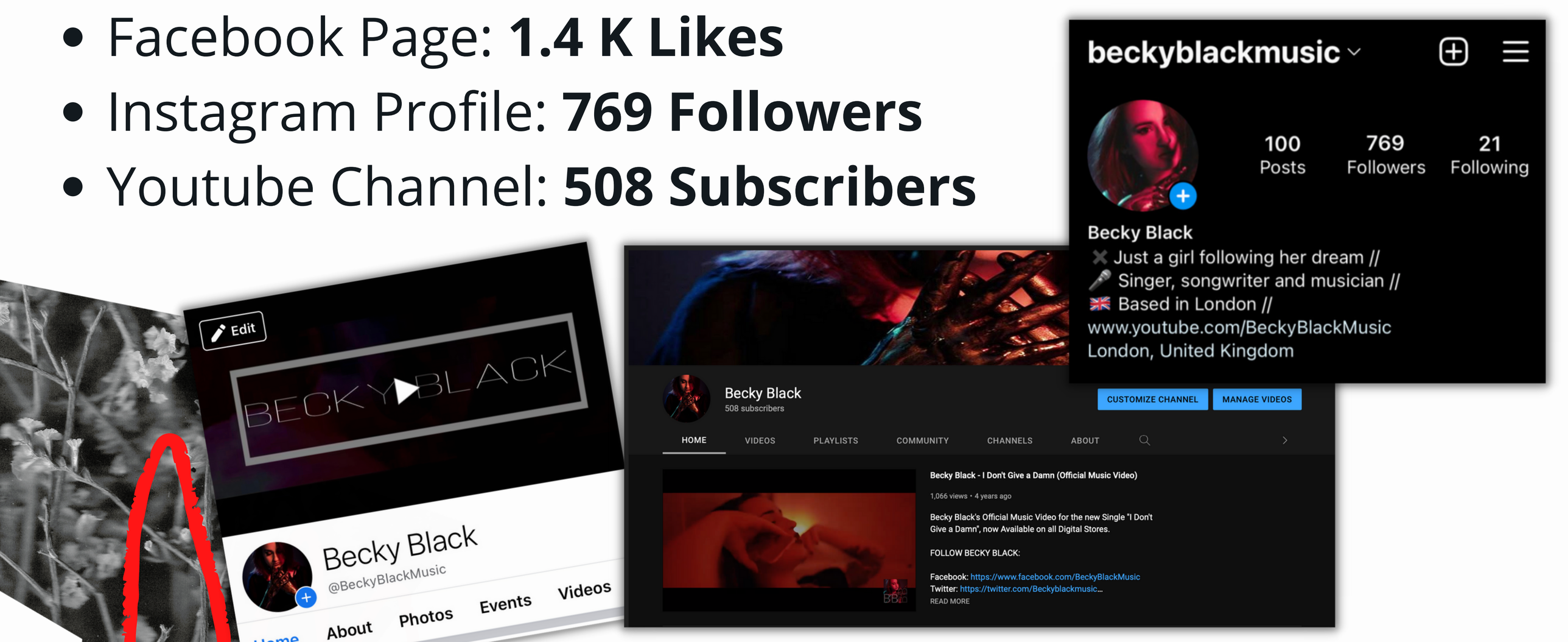


[Cashflow details can be found in **Appendix 1**]

Becky Black

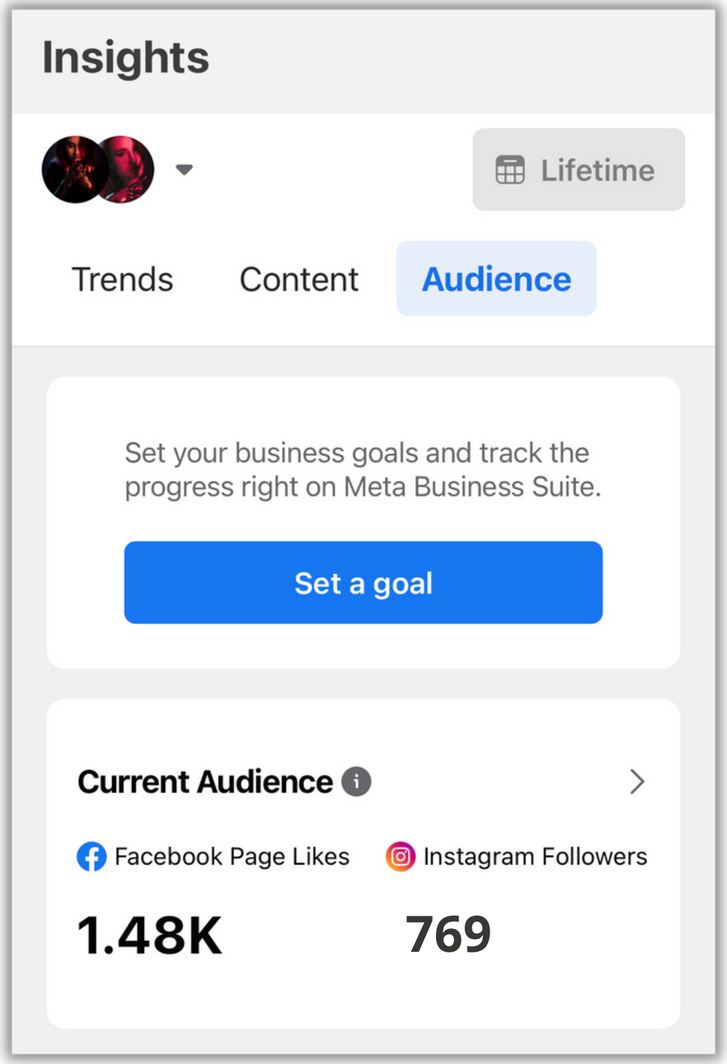
current Social Media Presence

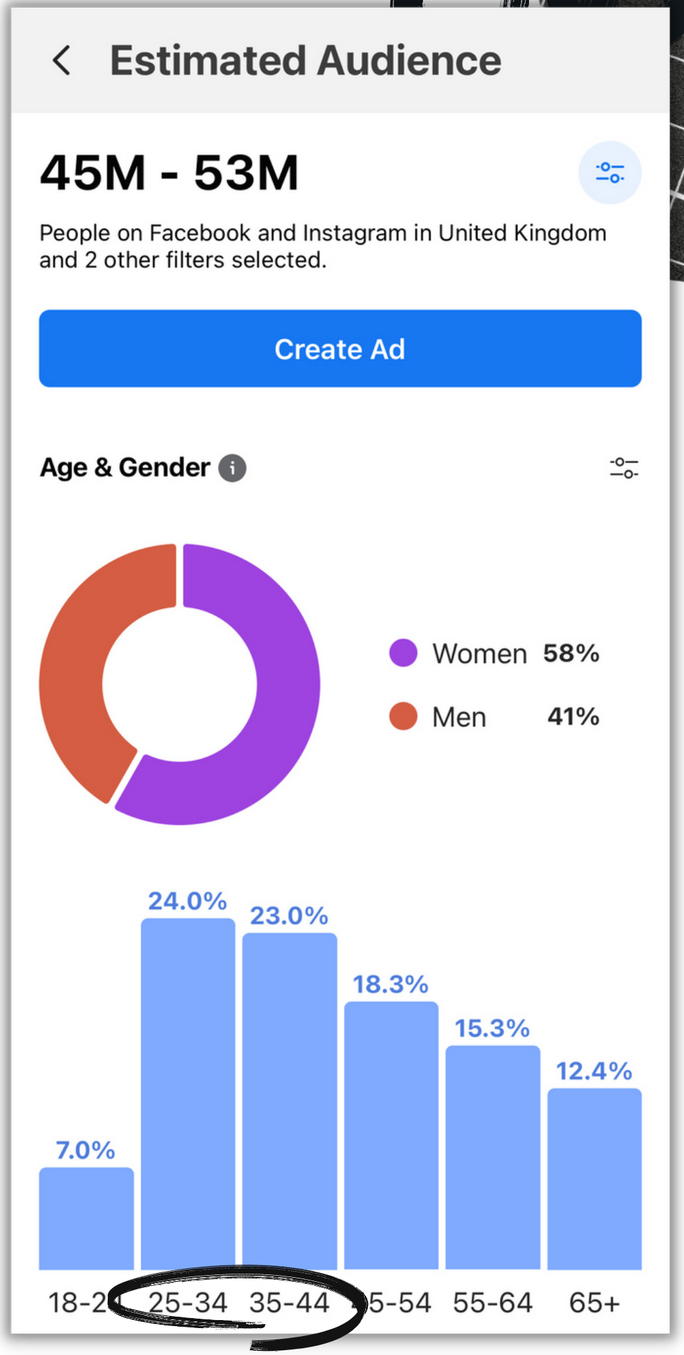
- Facebook Page: **1.4 K Likes**
- Instagram Profile: **769 Followers**
- Youtube Channel: **508 Subscribers**



Social Media Insights







Social Media Insights

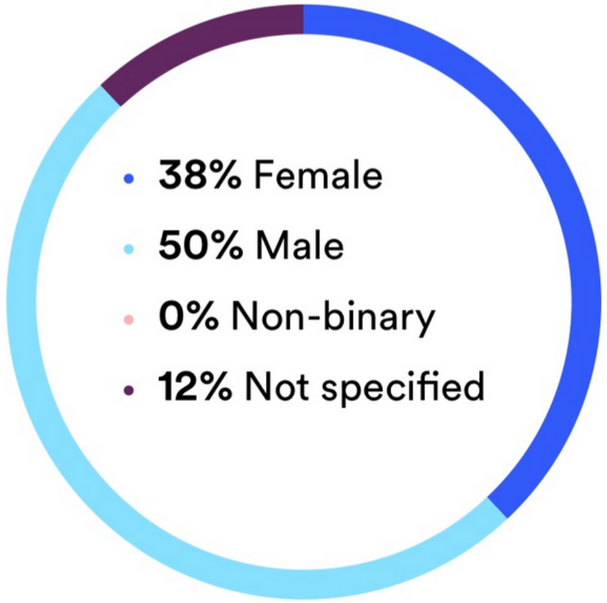
Spotify Audience Demographics



Audience

Their gender

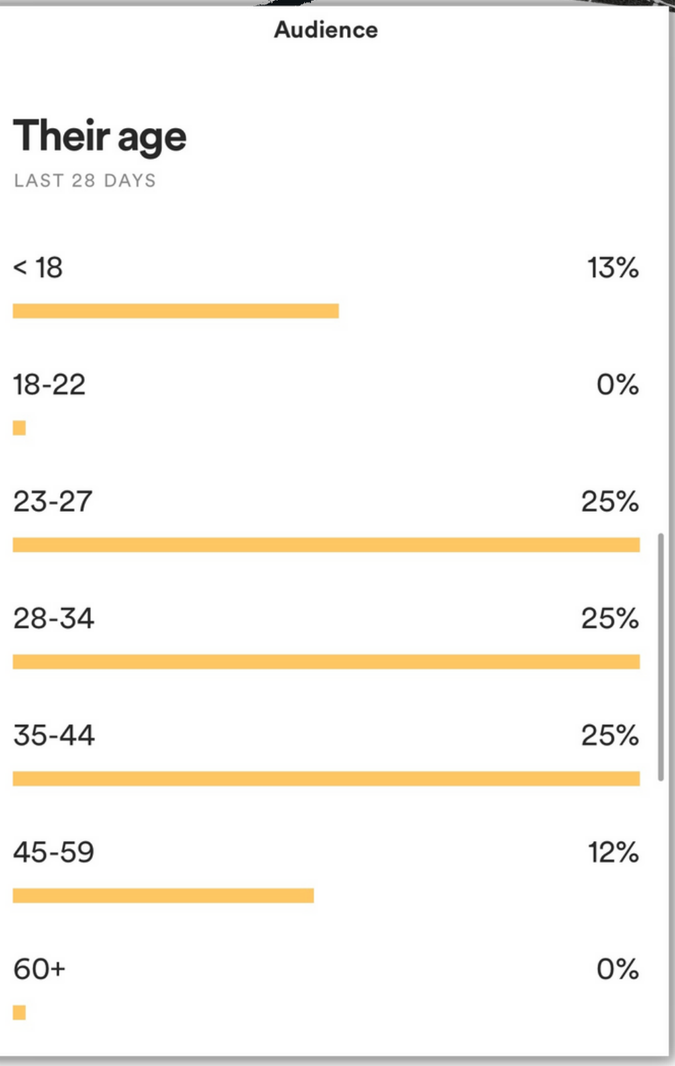
LAST 28 DAYS



Audience

Their age

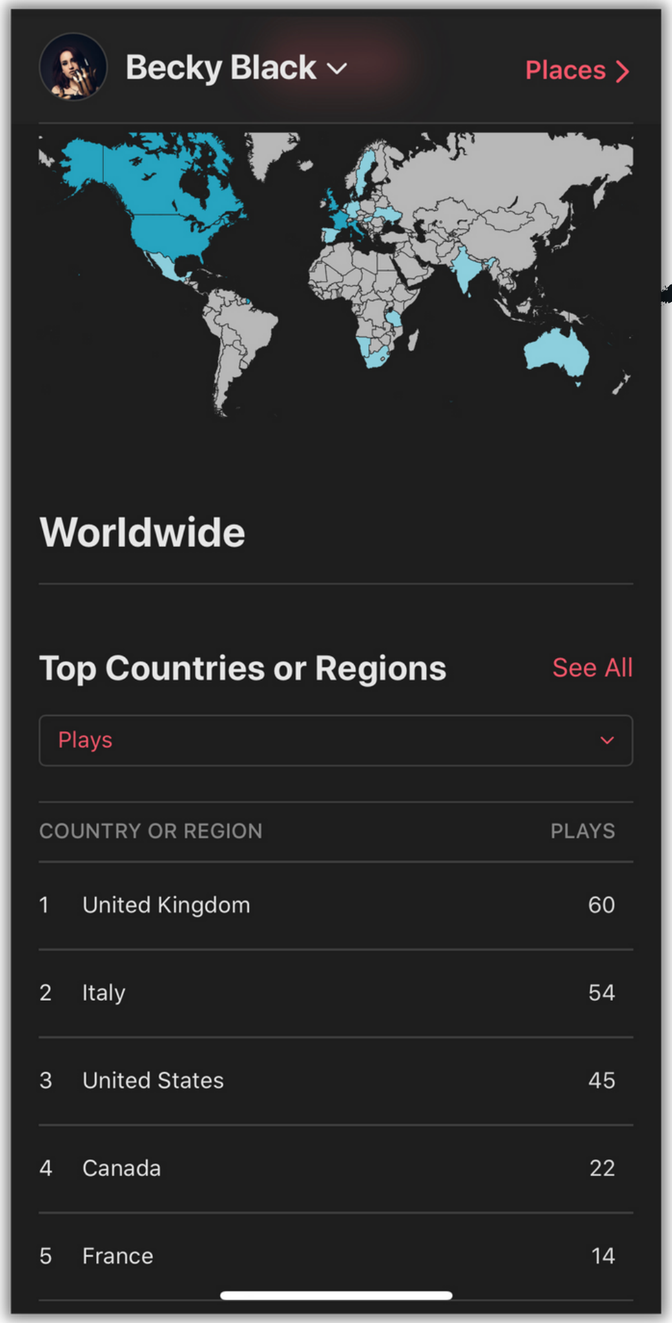
LAST 28 DAYS



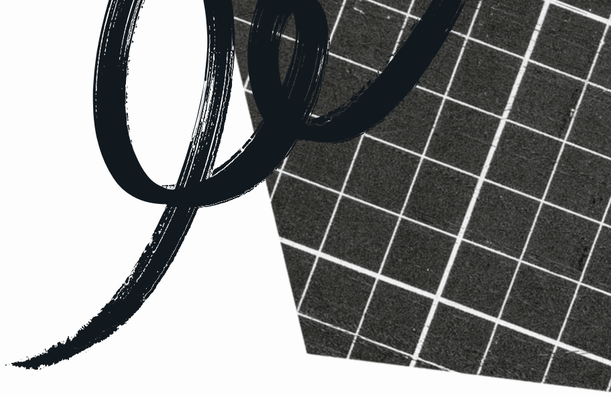
Social Media Insights

Apple Music Audience





Objectives (Long Term)



- Record new tracks - the goal is to record 13 tracks to eventually release a new Album. 3 tracks are ready to be published.
- Create a TikTok Account and increase my overall Social Media following*
- Play more live events - by performing more live, I will increase my chances at finding an audience and built that up.
- Collaborations with other artists (as a songwriter and/or vocalist)
- Aim to release Album by September 2023
- Organise a Headliner show in London and a show in Conversano
- Find an Independent Label and/or a Promoter.



Objectives (Long Term)

Create a TikTok Account and increase my overall Social Media following*

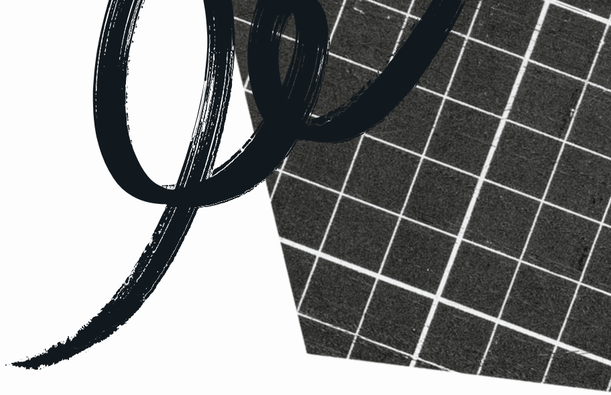
Specifics

Social Media Goals by December 2022



- Facebook - reach 3000 likes
- Instagram - reach 1500 followers
- YouTube - reach at least 1000 Subscribers (this would allow for Monetisation of my videos)
- TikTok - have an average of 500 likes per Story.

Becky Black USPs



- Multi-instrumentalist - Piano, Guitar, Violin and Flute
- Capable of singing in different languages - English, Italian, Spanish, Japanese
- Capable fo writing lyrics in English and Italian



- Lyricist and composer
- Honest, reliable lyrics for a broad audience (25-40)

Plan of Action to achieve goals



- Increase activity on main Social Media Platforms (Facebook, Instagram, YouTube and TikTok) by posting relevant content regularly (3/4 times a week, with the exception of YouTube with 1-2 uploads a week)

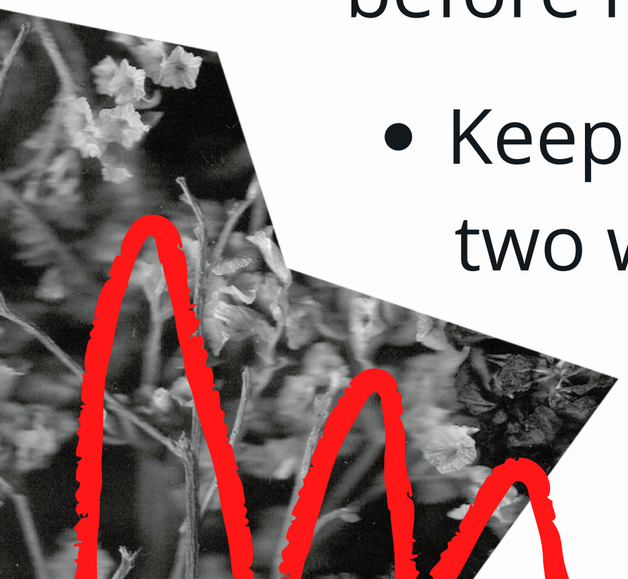
- Play more live events (aiming at at least 1 gig per week)

  - Work with a promoter to help finding better opportunities in the live scene.

  - Work with an Independent Label to reach a bigger audience, find more opportunities and build more connections.

Single Release Campaign

- Release first single, "Power", in October 2022.
- Single to be released on the same day as its Music Video
- Single to start being advertised one month before release day (September 2022)
  - Keep advertising for at least two weeks after release

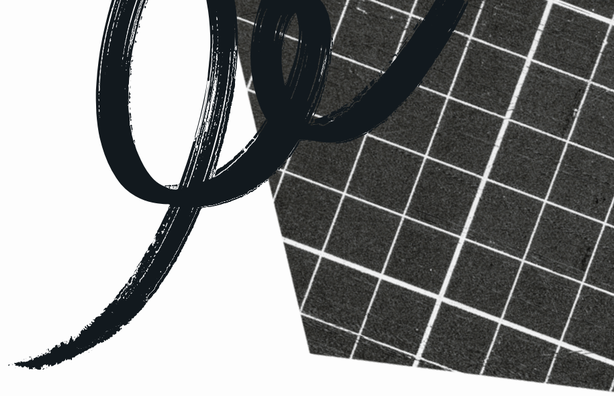




"53% of releases peak more than 7 days after release".

Source: [https://fanstudy.byspotify.com/?utm_source=homecards]

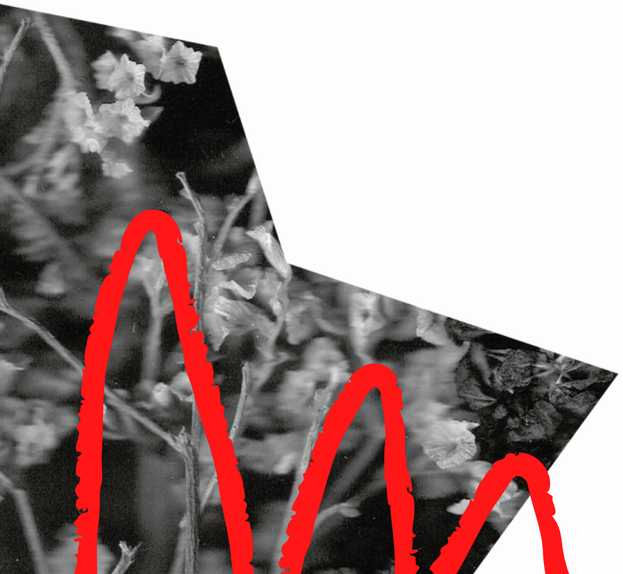
Single Release: starting Budget



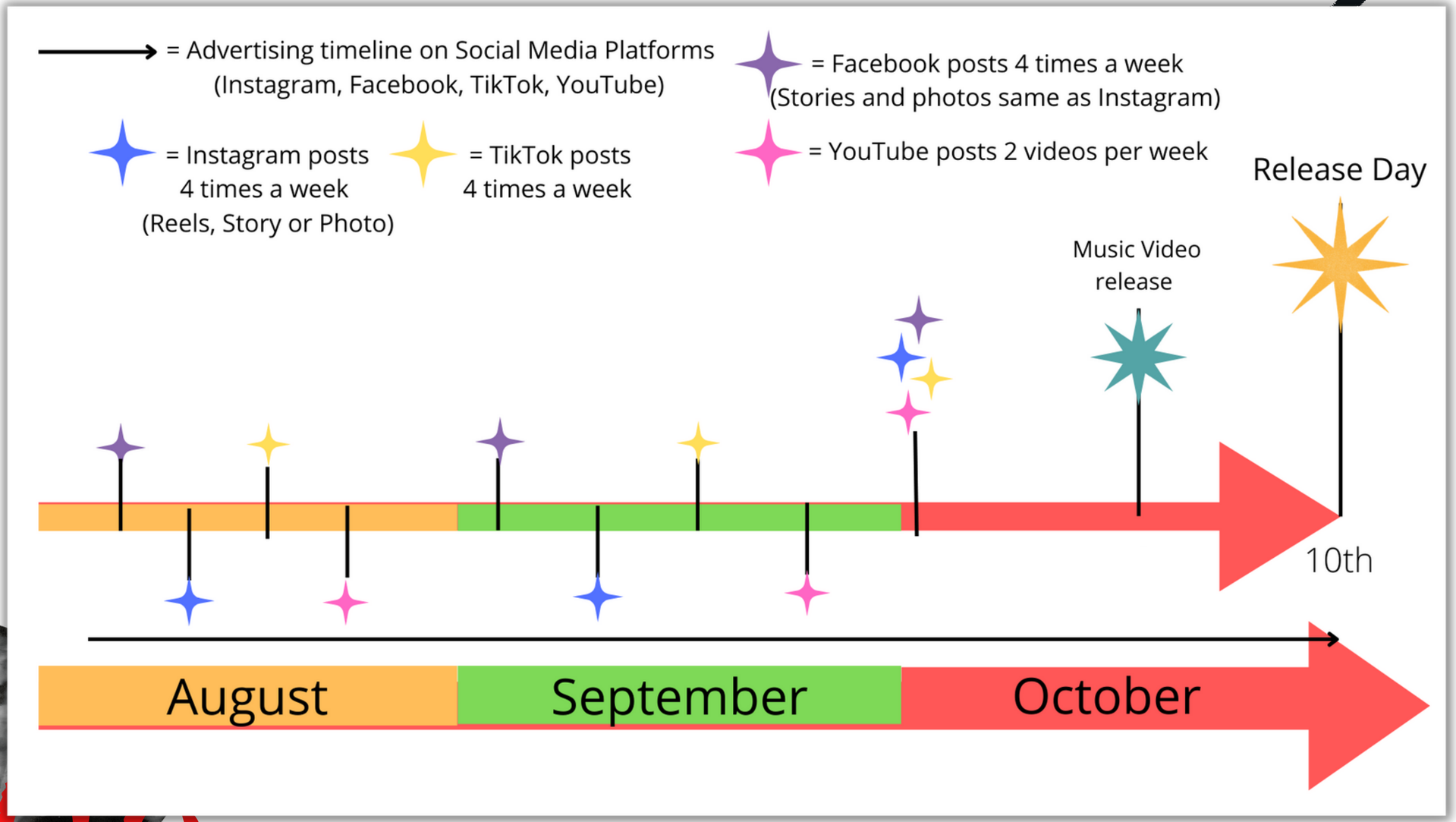
- Budget - £1.500

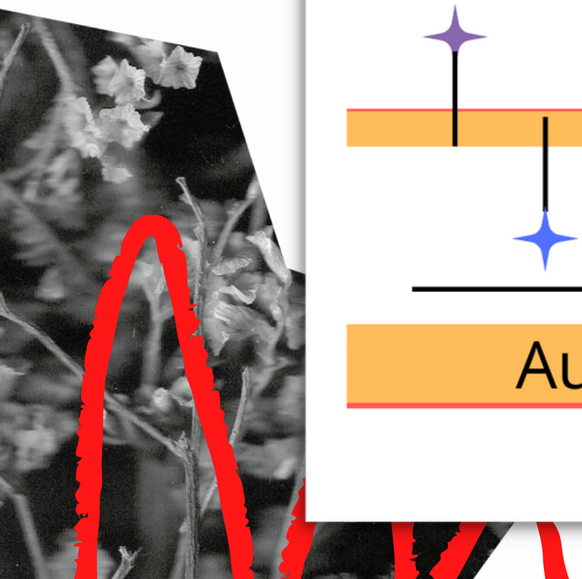
Expected Expenses between August and October 2022

Music Video: +/- £500
Photoshoot: +/- £150
Social Media Adverts: +/- £500

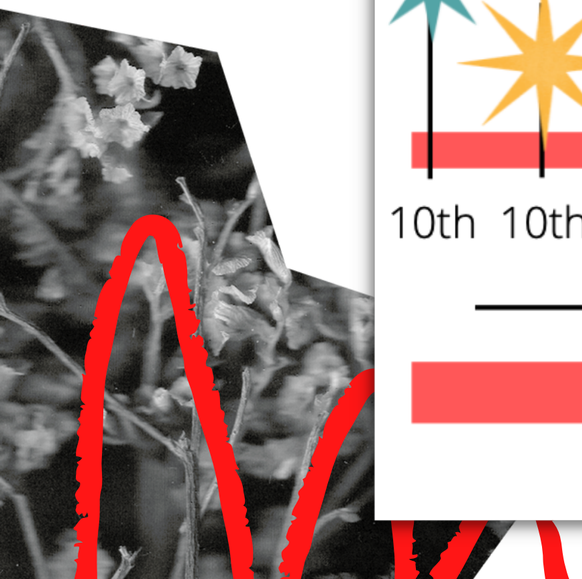


Single Release Timeline





Single Release Timeline (After Release)



= Advertising timeline on Social Media Platforms
(Instagram, Facebook, TikTok, YouTube)

= Facebook posts 4 times a week
(Stories and photos same as Instagram)

= Instagram posts
4 times a week
(Reels, Story or Photo)

= TikTok posts
4 times a week

= YouTube posts 2 videos per week

Music Video
release

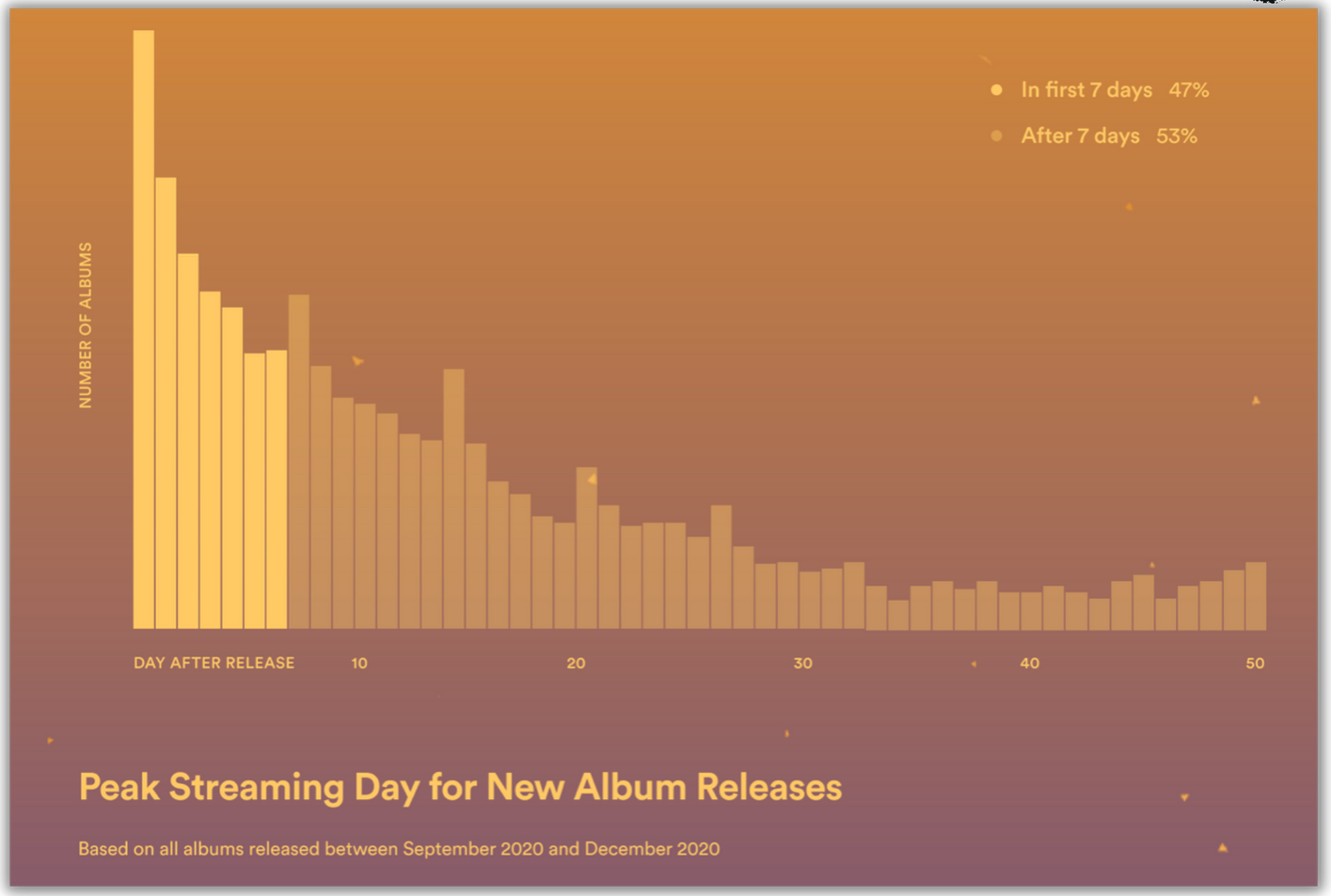
Release Day

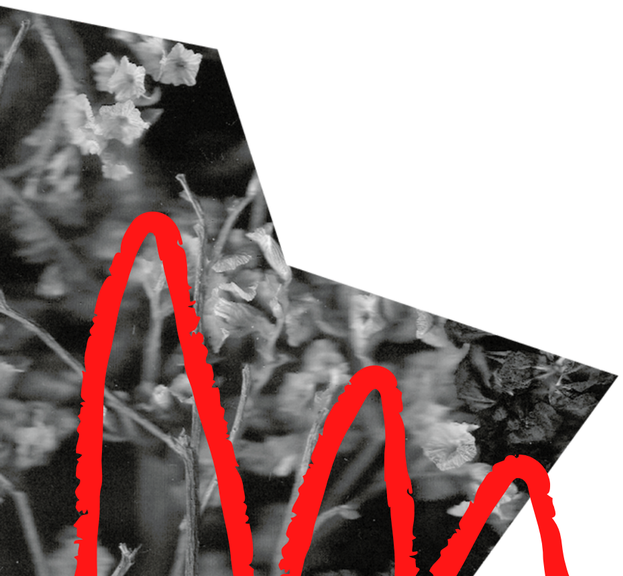
10th 10th

2 weeks period (11th - 25th)

October

Insight: 53% of releases peak more than 7 days after release, so it's best to keep promoting after release week to make sure you're reaching anyone who missed the initial drop.

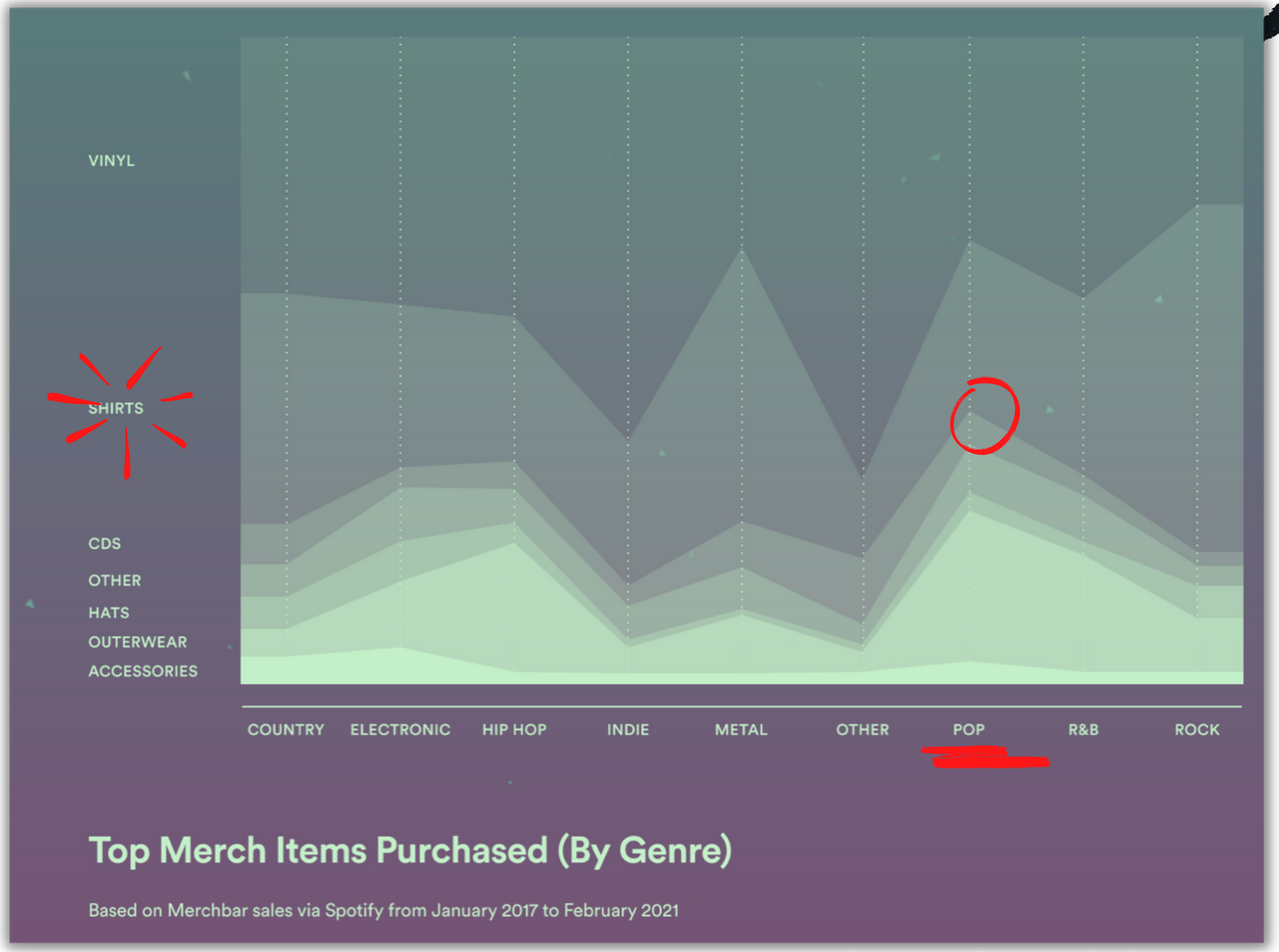


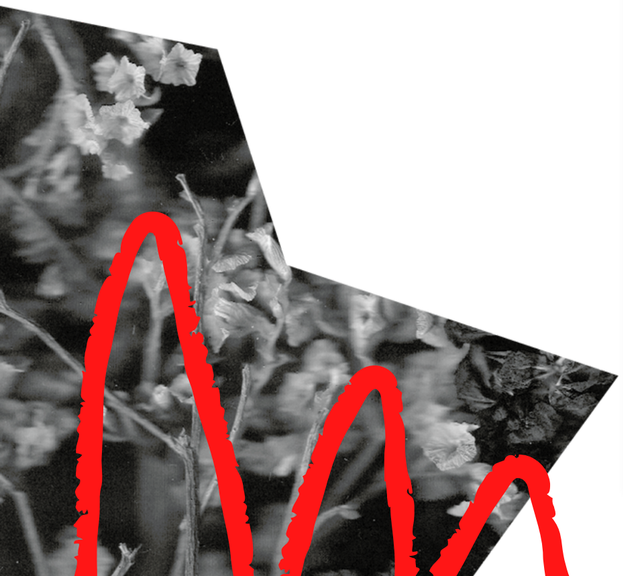


Source: [https://fanstudy.byspotify.com/edition/global]

Merchandise

"Merch preferences vary by genre."





Source: [https://fanstudy.byspotify.com/edition/merch]

Merchandise idea

"Merch is a connection to the fans on a tangible level"







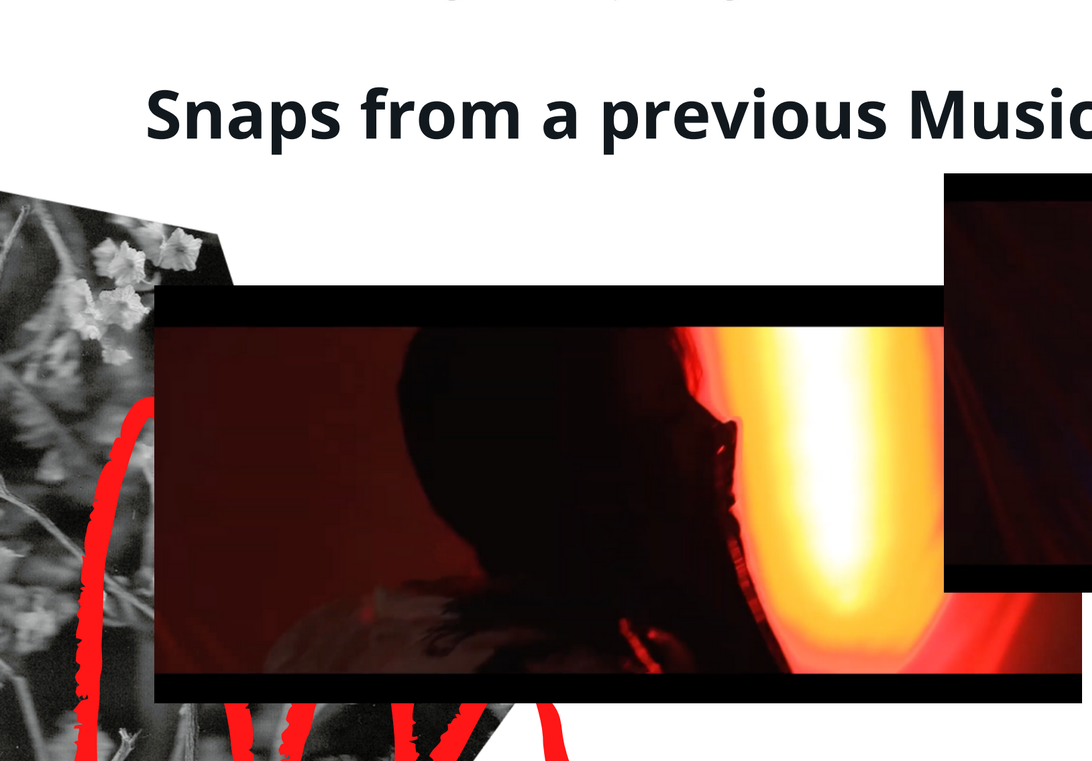
Source: https://artists.spotify.com/en/blog/sell-merch-on-spotify-with-shopify

The Single's music video

"If your releasing strategy is looking to build fans and get views, a video should be at the top of your to-do list."

- To be release on the same day as the single - creates momentum and gives me more material to work with during the marketing campaign before and after release.

Snaps from a previous Music Video:







Source: https://www.findtheneedle.co.uk/companies/itsbernard/news/does-your-single-need-a-music-video

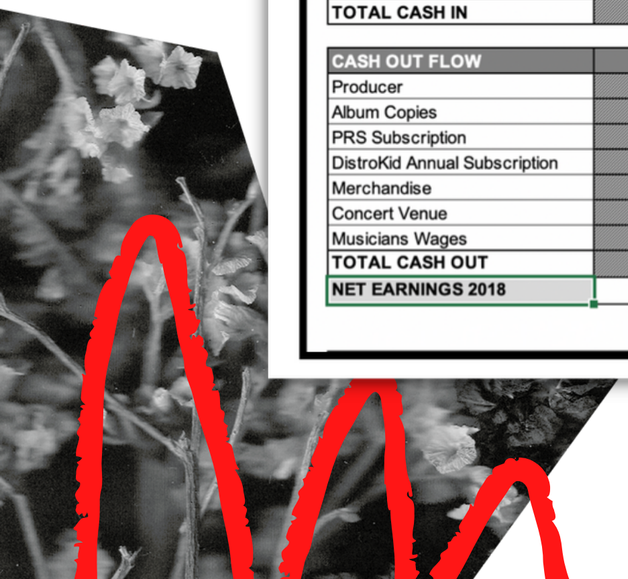
Conclusion: Single release main objectives



- Increase overall audience and create a stronger fanbase
- Aim for at least 2000 streams in the first two weeks after the release
- Aim for at least 1000 views on the Music Video within the first two weeks
- Sell at least 50 out of 100 units of merchandise within the first 30 days after release.



Appendix



- **Appendix 1** - 10 Months 2018 Cashflow

BECKY BLACK 2018 CASH FLOW

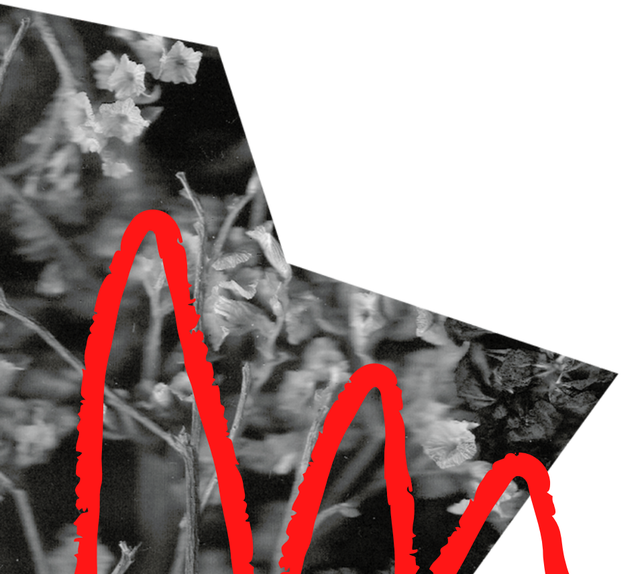
Starting date	Mar 18
	Dec 18

CASH IN FLOW		Jan 18	Feb 18	Mar 18	Apr 18	May 18	Jun 18	Jul 18	Aug 18	Sep 18	Oct 18	Nov 18	Dec 18	Total
Album Digital Sales				50	30	20	30	30	40	20	30	30	20	300
Album physical Copies Sales				110	60	50		70	70	30	80	60	50	580
PRS								40			30		30	100
Concert Tickets Sales				750										750
Merchandise				200			100			75				375
Sponsors				750										750
TOTAL CASH IN		0	0	1.640	90	105	130	90	150	145	110	90	70	2.855

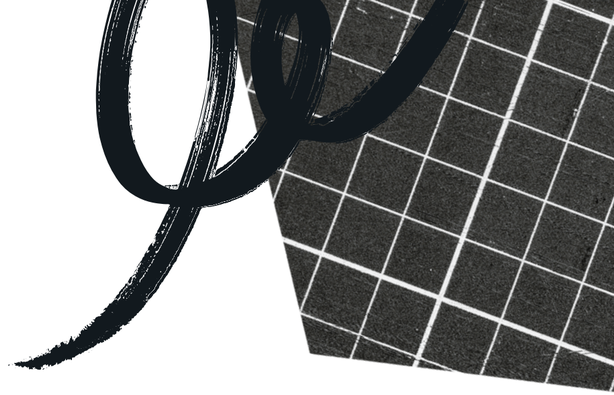
CASH OUT FLOW		Jan 18	Feb 18	Mar 18	Apr 18	May 18	Jun 18	Jul 18	Aug 18	Sep 18	Oct 18	Nov 18	Dec 18	Total
Producer				500										500
Album Copies				150										150
PRS Subscription				100										100
DistroKid Annual Subscription				35										35
Merchandise				250										250
Concert Venue				300										300
Musicians Wages				150										150
TOTAL CASH OUT		0	0	1.485	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.485
NET EARNINGS 2018														1370

References

- Spotify for Artists. (n.d.). Fan Study. [online] Available at: https://fanstudy.byspotify.com/?utm_source=homecards
- Spotify for Artists. (n.d.). Fan Study. [online] Available at: https://fanstudy.byspotify.com/edition/global.
- Spotify for Artists. (n.d.). Fan Study. [online] Available at: https://fanstudy.byspotify.com/edition/merch [Accessed 8 Jul. 2022].
- artists.spotify.com. (n.d.). Spotify Meets Shopify: Turn Your Artist Profile Into a Virtual Merch Table – Spotify for Artists. [online] Available at: https://artists.spotify.com/en/blog/sell-merch-on-spotify-with-shopify.
- Ltd), P.A. (Intelligent P. (n.d.). Does Your Single Need a Music Video? [online] FindTheNeedle. Available at: https://www.findtheneedle.co.uk/companies/itsbernard/news/does-your-single-need-a-music-video [Accessed 8 Jul. 2022].



Bibliography



- Harrison, A. (2017) “Music: The Business”. London, UK: Penguin Random House, 2017.

- Lathtrop, T (2007) “This Business of Global Music Marketing: Global Strategies for
- Maximizing your Music's Popularity and Profits” New York: Billboard Books, 2018.

- Mulligan, M. (2021) Smaller Independent artists direct grew fastest in 2020. Available at: https://www.midiaresearch.com/blog/smaller-independents-and-artists-direct-grew- fastest-in-2020 (Accessed: 15 June 2021).

- Mulligan, M. (2021) Recorded music revenues hit $23.1 billion in 202, with artists direct the winners-again. Available at: https://www.midiaresearch.com/blog/recorded-music- revenues-hit-231-billion-in-2020-with-artists-direct-the-winners-again (Accessed: 15 June 2021).

- Passman, D. (2020) “All You Need To Know About the Music Business”. New York: Simon & Schuster, 2020.

- “TikTok users growth Infographic - 2020 Data + Charts” (2020) Available at: tik-tok-user- growth-infographic (Accessed: 14 June 2021).

- Tschmuck, P. (2017) “The Economics of Music”. Newcastle upon Tyne: Agenda Publishing, 2017.

