

Hemsida för musiker

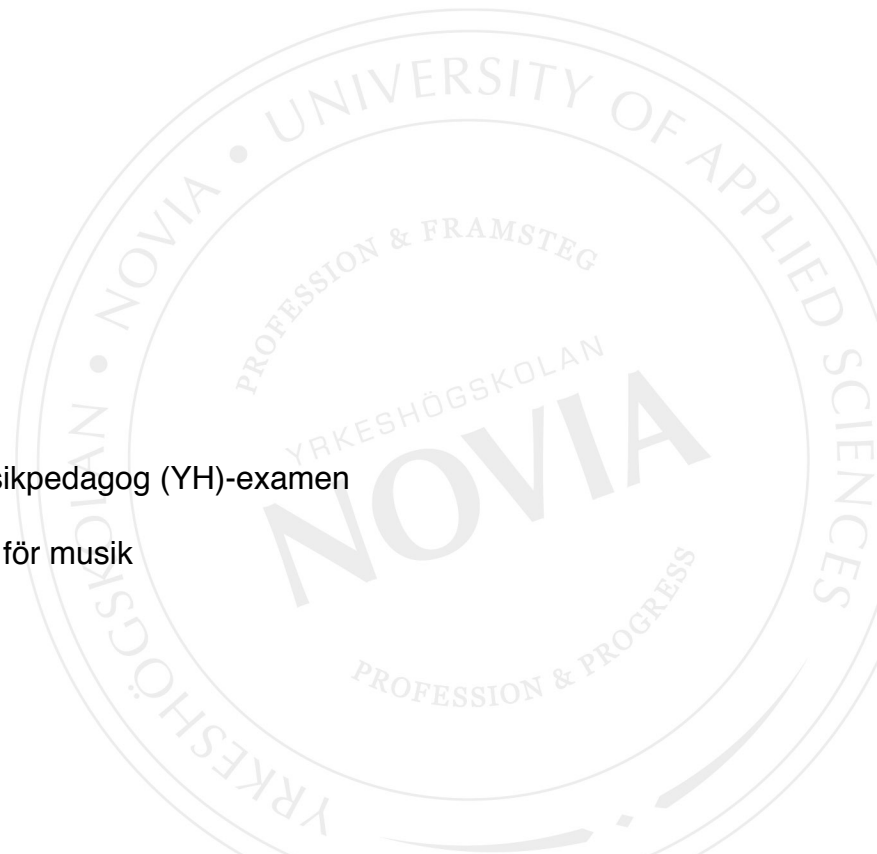
Ett arbete om hur en hemsida konkretiseras och hur den fungerar som marknadsföring av musiker

Joel Svenfelt

Examensarbete för Musikpedagog (YH)-examen

Utbildningsprogrammet för musik

Jakobstad 2017



EXAMENSARBETE

Joel Svenfelt

Musikpedagog (YH) Jakobstad

Handledare: Mats Granfors

Titel: Hemsida för musiker - Ett arbete om hur en hemsida konkretiseras och hur den fungerar som marknadsföring av musiker

Datum: 18.4.2017

Sidantal: 15

Bilagor: 1

Detta arbete handlar om hur man konstruerar en hemsida för musiker i marknadsföringssyfte. Jag har skräddarsytt en hemsida åt mig själv som ett praktiskt arbete. Syftet med denna undersökning är att förbereda mig själv för arbetslivet och att det skall fungera som ett hjälpmedel för andra musiker att marknadsföra sig.

För att kunna erbjuda sina tjänster som musiker behöver man en plattform. Eftersom man ofta vänder sig till internet då man vill hitta information, är en hemsida en bra plattform. Genom att fokusera på en hemsida når musikern ut till en bred kundkrets inte bara lokalt, men också internationellt.

Frågor som jag kommer att behandla subjektivt och konkret är: Vilka verktyg och element behövs för att göra en effektiv och lyckad hemsida för en musiker? Hur ökar man synlighet för hemsidan via publiceringssidan Squarespace? För att besvara dessa frågor har jag i mitt arbete använt mig av en empirisk forskningsmetod. Jag har genom observationer och egna erfarenheter hittat gemensamma nämnare och handplockat de väsentligaste delarna från olika hemsidor.

Nyckelord: hemsida, marknadsföring, musiker

BACHELOR'S THESIS

Joel Svenfelt

Music Educator, Novia UAS, Jakobstad

Supervisor: Mats Granfors

Title: Website for musicians - A thesis about how a website is created and how it works as a marketing platform for musicians

Date: 18.04.2017

Number of pages: 15

Appendices: 1

In this thesis I discuss how to create a website, with a marketing perspective, for a musician. As a practical thesis, I have tailored my own website. The aim of this study is not only to prepare myself for a life in the field but also to exist as a marketing tool for other musicians.

In order to offer your services as a musician you will need a platform through which to market yourself by. Often when information is needed, customers turn to the internet. By creating a website you can reach a wide range of customers both locally as well as internationally.

In my work I will, subjectively and in practical terms, process these questions: What tools and elements are necessary to create an effective and successful website for a musician? How can you increase visibility for the website through the website builder Squarespace? In order to answer these questions I have used an empirical research method. Through observations and personal experiences, I have located common denominators and handpicked the most essential parts from different websites.

Key words: website, marketing, musician

Innehållsförteckning

1 Inledning	2
2 Problemformulering	3
3 Forskningsmetod	3
4 Verktyg	3
5 Hemsidans innehåll	6
5.1 Introduction	7
5.2 Home	7
5.3 About	8
5.3.1 Me	8
5.3.2 SVEN	8
5.3.3 Upcoming Gigs	8
5.4 Services	9
5.4.1 Entertainment	9
5.4.2 Guitar Lessons	9
5.5 Media	10
5.5.1 Music	10
5.5.2 Video	10
5.5.3 Gallery	10
5.6 Contact	11
6 Optimering av sökmotor	11
7 Konklusion	12

JOEL SVENFELT

Hi!

My name is Joel Svenfelt and I'm a freelance musician, guitarist and guitar instructor currently based in Jakobstad (Finland).

Mitt namn är Joel Svenfelt och jag är en frilansande musiker, gitarrist och gitarrpedagog bosatt i Jakobstad (Finland).

WELCOME/VÄLKOMMEN



1 Inledning

Personliga kontakter är A och O för en musiker. En musikerkollega underströk vikten av att ha goda kontakter. Han sa att "70% av musikeryrket borde enbart bestå av kontakter. Det är en bonus om man är skicklig att spela". Under min studietid har jag fått praktisera musikeryrket genom konserter av olika slag, undervisning och studioarbeten. Dessa områden har fungerat som plattformar där jag skapat kontakter, vilket musiker behöver ha när man skall ut i arbetslivet. Nya kontakter behövs också ständigt för att försäkra sig om att man har tillräckligt med jobb i framtiden.

Alla företag behöver goda affärsmässiga kontakter. För att få dessa kontakter behövs det marknadsföring. Samma princip gäller för musiker. Folk behöver få veta vem musikern är, vad musikern kan erbjuda och varför kunden skall välja just den musikern. I dagens samhälle, när man vill få information så vänder man sig oftast till internet eller sociala medier. I och med den bekvämlighet som internet erbjuder, når musikern ut med sin marknadsföring till kunden 24h i dygnet, sju dagar i veckan. Målgrupperna som man når ut till genom internet är många, vilket gör internet till en av de mest ideala marknadsföringsplattformarna.

I detta arbete skriver jag om processen att marknadsföra sig själv genom att ha en egen hemsida. Jag skriver om hur jag har gått tillväga med att producera en hemsida och vilka saker jag tycker är viktiga att lyfta fram för att få en så bra och representativ hemsida som möjligt. Under de senaste månaderna har jag skräddarsytt en hemsida där jag berättar om vem jag är och hurudan verksamhet jag erbjuder som musiker.

2 Problemformulering

Syftet med denna undersökning är att förbereda mig själv för arbetslivet och att det skall fungera som ett hjälpmedel för andra musiker att marknadsföra sig. I mitt arbete lyfter jag fram hur man bygger en representativ och professionell hemsida för en musiker/musikpedagog. Jag kodar inte hemsidan på egen hand utan använder mig av publiceringssidorna Wordpress och Squarespace. Genom arbetet strävar jag efter att lyfta fram hur man själv kan uppdatera och hålla hemsidan aktiv. Jag jämför också de två tidigare nämnda publiceringssidorna jag använt mig av. Dessutom undersöker jag hur hemsidan kan framstå som innehållsmässigt givande för allmänheten.

- Vilka verktyg och element behövs för att göra en effektiv och lyckad hemsida?
- Hur ökar man synlighet för hemsidan via Squarespace?

3 Forskningsmetod

I mitt arbete har jag använt mig av en empirisk forskningsmetod. Jag har genom observationer och egna erfarenheter hittat gemensamma nämnare och handplockat de väsentligaste delarna från olika artisters hemsidor. Samtidigt har jag gjort en konstruktiv forskning där jag genom uppstådda problem hittat en lösning.

4 Verktyg

Jag har valt att göra en hemsida för mina tjänster eftersom jag upplever att jag skulle vara "en i mängden" ifall jag enbart skulle ha min information tillgänglig på till exempel Facebook. På min hemsida finns det två saker som gäller: vem jag är och vilka tjänster jag erbjuder. Sidan är på två språk: svenska och engelska, eftersom det är de språk jag behärskar bäst.

Jag gjorde hemsidan med hjälp av Wordpress. Wordpress är en publiceringssida på nätet där man kan göra egna hemsidor eller en egen blogg (Jag hade hört talas om Wordpress från olika håll och valde det på grund av att det var det enda jag kände till).

De flesta publiceringssidor har flera olika mallar man kan utgå ifrån. Jag bestämde mig för en mall som heter *Goran*, eftersom jag lätt kunde föreställa mig var min information skulle få sin plats på sidan, och därmed kändes den som rätt val. Snabbt noterade jag att det var knepigt att göra en hemsida via Wordpress. Det tog länge för mig att lära mig hur man uppdaterar sidan, vad som är vad, hur jag får bort ändringar jag nyss gjort och hur jag kan länka information. Efter en tid av att ha provat mig fram eller fått fram information via nätet, så började det till sist likna en hemsida.

Under en diskussion angående hemsidor med en kollega, tipsade han om Squarespace, en publiceringssida som liknar Wordpress, men som i allmänhet anses vara mera användarvänligt. Man kan till exempel placera text och rutor var som helst på hemsidan, vilket man inte kan göra i Wordpress. När man jobbar på hemsidan i Squarespace behöver man inte byta mellan två sidor. Allting sker på en och samma sida.

I Wordpress måste man uppdatera genom två olika sidor. När man till exempel publicerar textinnehåll och bilder på Wordpress gör man det via en annan sida, där man inte ser hur sidan kommer att se ut. Man måste då spara och fortsätta på en länk, som tar en till hemsidan. Men när man ska uppdatera "widgets", det vill säga små rutor med text som man kan lägga in till exempel rakt under eller på själva hemsidan, beroende på mall, uppdaterar man på samma sida som hemsidan är.

Under tiden jag undersökte Squarespace och dess funktioner märkte jag att Squarespace var mer användbart och steget att byta blev mindre då jag ändå hade allt innehåll färdigt. Allt innehåll som fanns på Wordpress var bara att kopiera över till Squarespace. Inget extra arbete krävdes för det annat än att göra hemsidans design. Squarespace erbjuder en testperiod i fjorton dagar där man får testa på sidan. Hemsidan är dock inte publicerad när den är i detta läge.

I allmänhet upplevde jag att Squarespace jobbar snabbare än Wordpress och att det mesta verkade mer logiskt. På Wordpress finns det olika mallar för olika ändamål, men i Squarespace fann jag en mall, *Encore*, som är specifikt ämnad för musiker eller band. Den innehåller flera flikar som jag visste att jag ville ha på min hemsida. Dessa var bland annat en framsida, biography, music, tour, gallery och contact. En del av flikarna bytte jag namn på och "tour" blev "upcoming gigs"

medan "biography" blev "about". *Encore* kändes rätt och när jag insåg det valde jag att byta från Wordpress till Squarespace.

För att få mer ut av sidan man jobbar med krävs det, oberoende av om man har Wordpress eller Squarespace att man betalar en årlig avgift. Wordpress har förmånligare paket-pris än Squarespace men det innebär också ett antal begränsningar. Visserligen kan man köpa dyrare paket vilket betyder att man får mera alternativ i ens hemsida.

I slutändan ansåg jag ändå att fastän jag skulle betala lika mycket för båda sidorna så skulle jag ändå föredra Squarespace på grund av dess enkla hantering. Ofta hör också en domän till paketen, vilket innebär själva adressen för hemsidan. I mitt fall använder jag www.joelsvenfelt.com. Att ha ett välfungerande namn på hemsidan anser jag är viktigt eftersom kunden då får en mer seriös uppfattning av kontexten. Ifall man inte har en domän så skulle adressen i mitt fall vara www.joelsvenfelt.wordpress.com eller www.joel-svenfelt.squarespace.com, vilket jag inte anser att skulle vara lika ändamålsenligt.

Att ha en hemsida kräver också att man håller den uppdaterad. Det kan vara besvärande för kunden att märka än att en hemsida senast har blivit uppdaterad för flera år sedan. Det kan ge intrycket att musikern inte är seriös med sin verksamhet. Man kan hålla en hemsida i liv genom att lägga till nya konsertdatum, ladda upp nya videor, ta nya bilder eller byta ut bakgrundsbilden mot en annan med jämna mellanrum. Med Squarespace kan man också byta mall när man behagar. Ens innehåll hittar automatiskt en ny plats i den nya mallen. Om man använder sin hemsida som blogg skall man ständigt se till att man gör nya inlägg, annars uppfattas inte hemsidan som uppdaterad. (Esser. 2017) (Jag har valt att inte ha en blogg på min sida eftersom jag inte tror att jag skulle hålla den uppdaterad).

5 Hemsidans innehåll

På min hemsida har jag skapat tio olika undersidor. Min grundidé är att hemsidan framstår så klar och tydlig som möjligt för den som besöker den. Jag anser att ifall all information skulle finnas på en sida, skulle det bli för övermäktigt för besökaren att ta in, och kan då igen ge ett negativt första intryck. Trender kommer och går, också inom hemsidor. Senaste åren har det varit en trend att det skall vara simpelt och stilrent, enbart för att få produkterna mer i fokus. (Bohlin. 2015) För att förstå sig på hemsidans olika delar, har jag tagit upp dem en efter en för att klargöra vikten av dem.

Det finns många sätt och många plattformar att marknadsföra sina tjänster; tidningar, tv, radio, annonser, planscher, sociala medier (Facebook, Instagram, egen hemsida, Youtube, LinkedIn m.m.). För att lyckas med marknadsföringen så borde man egentligen synas överallt och kunna länka alla plattformar till varandra. Detta har jag gjort genom att ansluta olika konton till hemsidan, främst sociala medier som jag är aktiv på till exempel Facebook, Instagram och Youtube. Att synas överallt ger en större effekt på marknadsföringen. (Universalclimate.com. 2014)

Enligt Lindsey Bowshier på TributeMedia, en webbteklambyrå, är människans koncentrationsförmåga i dessa sammanhang enbart sex-åtta sekunder. (Bowshire. 2016) Byrån har skapat ett sju sekunders test där man lyfter fram hur inbjudande en hemsida är för åskådaren. De frågor som skall kunna besvaras efter enbart sju sekunder är:

- Vad handlar denna sida om?
- Fångar den besökarens intresse?
- Förstår besökaren hur sidan skall navigeras?

Dessa frågor utvärderar hemsidans effektivitet så att man genom dem kan förbättra sin hemsida. Då jag kom i kontakt med frågorna, såg jag till att få alla besvarade under enbart sju sekunder på min sida.

5.1 Introduction

Introduktionssidan, *Introduction*, är den första sidan man kommer till när man går in på www.joelsvenfelt.com. Inom Squarespace är denna sida en så kallad "Cover Page". Det är en sida som inte hör ihop med mallen och tanken är att den skall vara en tilltalande introduktionssida. Man kan tänka det som en ytterdörr till hemsidan. Det kan också vara en stilren marknadsföringssida för till exempel ett albumsläpp. På min introduktionssida har jag en kort välkomnade text och en länk (med texten *Welcome/Välkommen*) som tar en vidare till sidan *Home*. Bakgrunden är en högupplöst bild av mig som visar åt besökaren vem denna sida handlar om. Till en början hade jag inte tänkt ha en liknande sida men efter att ha provat med en ny högupplöst bild tagen av en fotograf, ansåg jag att det såg bra ut. Bilden blev den avgörande faktorn i valet om att laga en "Cover page".

5.2 Home

Sidan *Home* påminner lite om introduktionssidan, men innehåller lite mera information om vart man har kommit och vad denna hemsida handlar om. Orden "Ta kontakt" i den inledande texten är länkade, ifall man direkt vill ta kontakt med mig. Jag har skrivit kort om mig själv och de tjänster jag erbjuder, samtidigt ger jag besökaren en helhetsuppfattning om mig som musiker och pedagog. Jag har lagt till länkar eller i detta fall "Buttons" (en ruta där det står till exempel "learn more") till respektive tjänst, för att kunden lätt ska kunna fortsätta till sidan där ytterligare information finns. Jag tänker att *Home*-sidan är en slags sammanfattning av det mest väsentliga som finns på hela hemsidan. Vill man ta reda på något mer klickar man på respektive länk som för en till rätt sida.

Det som finns länkat på "Home" sidan är: *Entertainment*, *Guitar Lessons* och *SVEN*. Det som jag också har tänkt länka är *Upcoming Gigs*, men har hittills inte uppnått den vision jag har för den. Visionen är att man i en ruta skall kunna se nästa gig som är på kommande, och även där lägga till en länk som tar en till sidan *Upcoming Gigs*. Till alla tjänster som erbjuds på *Home*-sidan, finns bilder till var del, därför att jag har den uppfattningen att bilder oftast tilltalar kunder mera. Bredvid inledande texten finns också ett bildspel med marknadsförings bilder som byts efter fem sekunder. Jag anser att det är bra med något som gör första sidan mer dynamisk så att den inte blir för stel.

5.3 About

Nästa flik som finns i navigationsfönstret i övre kanten av hemsidan är en så kallad "Folder" som innehåller tre sidor. Foldern heter *About* och när man trycker på den så kommer tre undersidor: *Me*, *SVEN* och *Upcoming Gigs*. Jag valde att lägga dessa tre kategorier i samma mapp för att de innehåller personlig information och inte tjänster jag erbjuder. Ordet "About" passar bra ihop med alla tre undersidor (About Me, About Sven, About Upcoming gigs).

5.3.1 Me

Me är en sida där jag berättar om mig själv och varför jag började med musik, hurudan musik jag spelar, mina influenser samt de artister som jag har fått spela med. Dessa artisters namn är även länkade till deras respektive hemsidor/sociala medier. Överst på denna sida finns en bild av mig där jag fundersamt ser ner på min gitarr. Den passar bra med texten där jag berättar om varför jag håller på med musik. Artistlistan kommer längst ner på sidan eftersom det är informationen om mig som ska vara i fokus på denna sida. Jag anser att besökaren främst vill veta vem jag är när de har gått in på min hemsida och inte vem jag har arbetat med. Att ha en lista på vem man har jobbat med är mer en bonus som tillkommer, samtidigt som det också är en form av CV för mig.

5.3.2 SVEN

Följande sida i foldern *About* är *SVEN*, ett band som skriver egen musik där jag är aktiv i. Där finns två bilder av bandet *SVEN* samt en kort text om vem *SVEN* är och vad vi gör. Jag valde att ta med *SVEN* för att marknadsföra vår verksamhet och att visa min aktivitet inom annat än "cover gigs". Detta stärker kundens bild om mig som en professionell och kreativ musiker. Jag vill dock inte att *SVEN*-sidan skall stå i fokus på min hemsida, därför har jag lagt den i en underkategori.

5.3.3 Upcoming Gigs

Tredje sidan i foldern är *Upcoming Gigs*. Där har jag listat alla mina kommande spelningar. Den spelning, som ligger närmast i tid enligt kalendern, visas högst upp. Förut hade jag ordnat alla spelningar tvärtom, så att spelningen längst framåt i tiden var högst upp, bara för att man inte skulle behöva rulla ner på sidan. Detta

kändes inte naturligt och jag valde att svänga på det.

Informationen jag valt att ge om spelningarna är datum, veckodag, var, med vem och i vilken stad. Denna sida är viktig att inkludera på hemsidan eftersom den visar eventuella kunder att man har verksamhet samt sin tillgänglighet.

5.4 Services

Nästa sida, *Services*, i navigeringsfältet består också av en folder. I den finns *Entertainment* och *Guitar Lessons*. De här två undersidorna passar bra ihop i en folder eftersom det är de tjänster jag för tillfället erbjuder.

5.4.1 Entertainment

På *Entertainment*-sidan finns en bild av mig i en duo-uppsättning, som passar bra med rubriken "Entertainment". Där berättar jag om platser jag spelar/spelat på, vilken sorts repertoar jag har samt hurdana uppsättningar jag spelar med. På sidan har jag även lagt en länk med kontaktuppgifter, så att kunden snabbt når *Contact*-sidan. Denna sidas huvuduppgift är att ge besökaren, eller den möjliga kunden, en inblick i vad hen kommer att få ifall hen väljer boka en. Jag lägger vikt vid att kunna modifiera mina tjänster efter kundens behov och på så sätt kunna uppnå en överenskommelse tillsammans.

5.4.2 Guitar Lessons

Guitar Lessons är en sida där jag marknadsför min undervisning. På sidan finns en kort marknadsföringstext samt en bild på mig själv. En gitarrlärare, Tom Hess, har på sin hemsida listat några misstag som man skall försöka undvika när man gör reklam för sin gitarrundervisning. Hess påpekar att man inte skall tala om sig själv för mycket eftersom det finns många gitarrlärare som gör det i sin reklam. Detta skulle göra att ens reklam kommer att se likadan ut som de andras och att det i sin tur gör att reklamen inte sticker ut. Han påpekar också att eleverna kanske inte bryr sig om hur mycket läraren kan utan mer om hur de vill spela gitarr och att läraren kan lära dem. En annan sak Hess poängterade, som jag håller med om, är att man inte skall lägga ut priset för en lektion. Detta på grund av att priset kan avskräcka eleverna ifall det är för högt, eller ifall priset anses vara för lågt så kan man börja tro att lektionerna inte är värda mycket. Jag tror att genom

personlig kontakt med kunden så kan priset framstå som mer överkomligt ifall man ansett att det varit för högt. Samtidigt som det per telefon går att diskutera priset mer enligt kundens möjligheter.

Ett annat misstag som bör undvikas är att istället för att skriva om allt man undervisar i, så kan man istället ställa frågor som kanske berör eleven mer än att i stora drag får veta allt hen kan lära sig. Med andra ord så erbjuder man dem hjälp med att fixa sina problemområden. Exempel på frågor kan vara “tycker du att improvisera ett solo är svårt?” eller “hur får man sin ackordföljd att låta mer jazzig?” (Hess. 2016)

5.5 Media

Följande sida i navigeringsfältet är *Media*. Det är en folder som innehåller: *Music*, *Video* och *Gallery*. Denna mapp är viktig eftersom kunden här får se och höra vad musikern går för.

5.5.1 Music

På *Music*-sidan hittar kunden musik som jag har medverkat i. I detta fall är det SVEN's singel *Where Will I Go*. Det som vore att föredra, är att man skulle kunna få det länkat till Spotify så att antalet lyssningar skulle öka samtidigt, men en sådan tjänst finns inte hos Squarespace för tillfället. Detta är en sida som man får uppdatera i takt med att ny musik släpps.

5.5.2 Video

På *Video*-sidan finns videoklipp som är länkade från mitt Youtube-konto. Där kan man se mig spela, både själv och med någon annan. Jag tror att det är viktigt för kunden att få se att man faktiskt kan spela. Ifall jag själv skulle tänka ur kundens synvinkel, skulle jag gärna se vad jag betalar för på förhand.

5.5.3 Gallery

Sidan *Gallery* är platsen där alla bilder är samlade. Där finns live-bilder (bilder tagna på spelningar) och studiobilder. Studiobilderna är tagna i marknadsföringssyfte för hemsidan samt för arrangörer som behöver högupplösta

bilder till sina evenemang. Ifall man vill förstora en bild så är det bara att trycka på bilden och då kommer den fram i en så kallad "Light Box" (Förstorad bild med en vit bakgrund). Den funktionen behöver kryssas i designfältet ifall man vill ha den valmöjligheten. Det finns också "Black Box", som har svart bakgrund, men jag föredrog vit på grund av att det passade bättre med designen. Jag provade olika upplägg av bilder och valde ett upplägg som heter "Grid". Där uppdelas det i fem små bilder per rad. Jag ansåg att det såg mest stilrent och överskådligt ut.

5.6 *Contact*

Sista sidan, *Contact*, består av kontaktuppgifter som namn, telefon och e-post. Det finns också ett formulär, nedanför informationen, där man kan fylla i sitt ärende direkt utan att gå via sin egen e-post. Ett ifyllt, skickat formulär går direkt till min e-post. Nedanför formuläret finns en karta över företagets fysiska position, enbart för att maximera visibiliteten för hemsidan. Denna sida behöver vara så enkel som möjligt för kunden ifall hen vill ta kontakt. Som tidigare nämnt är kontakter A och O i denna bransch.

6 Optimering av sökmotor

Squarespace erbjuder sina kunder tjänster där de berättar om hur man får mera synlighet för sin hemsida. De nämner i en video att sökmotorer använder sig av internet robotar eller så kallade "bots" som går igenom allt det material som finns på internet för att hjälpa den som söker att hitta passande hemsidor. Om man uppdaterar sina sidor ofta så känner sökmotorn igen hemsidan som aktiv. Hemsidor som inte uppdateras med jämna mellanrum klassas som inaktiva och dyker inte upp som de första alternativen då någon söker efter det. Detta är viktigt att fundera på då man lagar hemsidor. Hur skall man få besökare att hitta dit? Delning på sociala medier är kanske det främsta sättet men man vill även få ut sin information till folk som man inte är ansluten till. Squarespace erbjuder hjälp med detta genom videon *Increasing your site's visibility to search engines*. Där konkretiseras det hur man kan öka synlighet för sin hemsida.

Alla mallar är färdigt gjorda så att sökmotorerna hittar dem, men för att sidan skall synas ännu mer, bör man veta att sökmotorer, som till exempel Google, prioriterar

vissa saker då de bläddrar igenom det otaliga utbudet av hemsidor. Dessa inkluderar hemsidans titel, titlar av undersidor, titlar av blogginlägg och andra rubriker. Konkret betyder det alltså att om någon skriver in sökorden "Musiker, Finland" på Google, så hittar Google alla de hemsidor som har dessa ord i de olika titlarna. Hur bra information man än har så lönar det sig att satsa på välfungerande rubriker för att nå en större publik. Det är också viktigt att man skriver en kort förklaring på varje sida. Denna text syns ingenstans på hemsidan, men den syns som resultat på sökmotorerna som en slags förklaring.

Man kan få botten att hitta hemsidan på basis av bilderna, genom att lägga till en bildtext till varje bild med en förklaring eller med nyckelord. Botten läser inte av bilder utan enbart text. Sökmotorer skannar nämligen nyckelord också, så det är bra att använda dem för att öka synlighet.

Det är också bra att tillägga att sökmotorerna ger mer exakta svar då man har en position på sin hemsida. Om man har ett fysiskt företag kan man till exempel ha en med karta på var man befinner sig. (Squarespace. 2017)

7 Konklusion

Jag har under arbetets gång kommit fram till att genom att aktivt uppdatera sin sida med relevant information om sig själv samt att ha professionellt tagna bilder lyckas man öka synlighet för sin hemsida. Som i vilket företag som helst är det kunderna som gör att ett företag drivs. Man kan uppnå större synlighet genom att länka flera olika plattformar till varandra. Jag har gjort detta genom att ansluta mina konton från sociala medier till hemsidan.

Som tidigare nämnts kräver marknadsföring också en ekonomisk satsning. Visserligen kan man marknadsföra sig själv till en viss del med plattformar som är gratis, men för att uppnå större effekt så behövs en investering. Det finns flera olika sätt att göra en hemsida, varav de flesta kräver en årlig avgift. Oftast kan man välja mellan olika paket och desto dyrare paket man har desto mer kan man ändra och justera hemsidan. I min arbetsprocess fann jag att Squarespace är lättare att jobba med än Wordpress, men årsavgiften är högre. Ifall man vill göra

en hemsida så förmånligt som möjligt är Wordpress det billigare alternativet av dem två.

En fördel med att ha en hemsida är att man är tillgänglig för alla som inte har konton på olika sociala medier. Att ha en hemsida är också en sak som jag inte tror dör ut i första hand. Sociala medier, som Facebook och Instagram, kan man inte vara säker på att de finns kvar om till exempel tio år. Om man enbart skulle ha sin information på en sådan sida som sedan tappar sin glans, så försvinner man själv på kuppen.

För att sidan skall vara så effektiv som möjligt så behöver man konstant uppdatera den. Dels för att sidan inte skall bli statisk och se likadan ut för återkommande besökare och dels för att sökmotorer registrerar denna hemsida aktiv. En aktiv hemsida gör chansen större att den visas högre upp i söklistan. Sidan skall också vara lättnavigerad, det vill säga att hemsidan är tydlig för besökaren, menyerna är självklara och lättfunna. Själva mängden information skall hållas minimal. Samtidigt är högupplösta bilder på hemsidan, för mig, en avgörande faktor. Med väl tagna bilder kan man få vilken mall som helst att se attraktiv ut.

Detta arbete fungerar som en subjektiv manual i undervisningssyfte. Arbetets innehåll kan vara riktlinjer för både yngre och äldre musiker/musikpedagoger som vill börja marknadsföra sig via en egen hemsida.

Som sammanfattning är det väsentligt att ha med detta innehåll på en hemsida:

- *Introduction* - Där besökaren får avgöra om detta är en sida man vill fortsätta på
- *Home* - En sammanfattning av det viktigaste på hemsidan
- *About* - En kort biografi om vem hemsidan handlar om
- *Services* - De verksamheter man erbjuder
- *Media* - Bilder, musik samt video
- *Contact* - Kontaktuppgifter

Med detta har jag lyckats skapa en hemsida som för mig är ändamålsenlig, och jag tror att denna mall fungerar som exempel för andra musiker.

Litteraturlista

Bohlin, Johanna. 2015. *6 Snygga Hemsidor Som Inspirerar!* Hemsida24. Hämtat 2017-04-06 från <<https://www.hemsida24.se/2015/03/30/6-snygga-hemsidor-som-inspirerar!-26284073>>.

Bowshier, Lindsey. 2016. *You have 7 seconds: Grab website visitor's attention in moments.* Hämtat 2017-04-11 från <https://www.tributemedia.com/blog/you-have-7-seconds-what-a-visitor-should-know-about-your-website-within-moments>

Cyber PR. (u.å.) *The musician's guide to building a website.* Hämtat 2017-04-12 från <http://cyberprmusic.com/the-musicians-guide-to-affordable-effective-websites/>

Djupsjöbacka, Lukas. 2015. *Lukas Djupsjöbacka.* Hämtat 2017-03-16 från www.lukasmusic.fi

Hess, Tom. 2016. *4 Mistakes Guitar Teachers Make In Their Guitar Lesson Ads.* Tom Hess Music Corporation. Hämtat 2017-04-06 från <<https://tomhess.net/MistakesGuitarTeachersMakeInTheirGuitarLessonAds.aspx>>.

Koch, Greg. *Greg Koch.* 2016. Hämtat 2017-04-10 från <http://www.gregkoch.com>

Rönngård, Dennis. 2016. *Dennis Rönngård.* Hämtat 2017-03-16 från www.dennisronngard.com

Smith, Nate. 2014. *Nate Smith.* Hämtat 2017-03-16 från www.natesmithmusic.com

Squarespace. (u.å.) *Trombone Shorty.* Hämtat 2017-04-06 från <<http://encore-demo.squarespace.com/>>.

Squarespace. (u.å.) *Increasing Your Site's Visibility to Search Engines.* Hämtat 2017-04-06 från <<https://support.squarespace.com/hc/en-us/articles/205814568>>.

Universalclimate.com. 2014. *Hur Man Skapar Egen Musik Hemsida.* ultimateclimate.com. Hämtat 2017-04-06 från <<http://www.universalclimate.com/hur-man-skapar-egen-musik-hemsida.html>>.

Wordpress. (u.å.) *Goran.* Hämtat 2017-01-05 från <<https://theme.wordpress.com/themes/goran/>>

Bilagor

www.joelsvenfelt.com