

1. Бонфуа, И. Джорджо де Кирико // Пространство другими словами: Французские поэты XX века об образе в искусстве. – СПб: Издательство Ивана Лимбаха, 2005. – С. 204 –207.
2. Кирико, Дж. Де. Гебдомерос / Дж. Де Кирико, пер. Е.В.Таракановой – СПб: Азбука-классика, 2004. – 192 с.
3. Мусский, И.А. 100 великих мыслителей / И.А. Мусский. – М: Вече, 2004. – 688 с.
4. Джорджо де Кирико [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artifex.ru/живопись/джорджо-де-кирико/>. – Дата доступа: 12.01.2017.

Оседач-Брилевская Е.К., студ. 508гр. ФЗО

Научный руководитель – Песецкая Т. И.

ПРОДВИЖЕНИЕ И РЕКЛАМА УСЛУГ СТУДИИ СОВРЕМЕННОГО ТАНЦА

В настоящее время открытие танцевальной студии является отличной идеей для начала собственного бизнеса. При открытии студии либо школы танцев одних педагогических и танцевальных навыков недостаточно, так как для успешного бизнеса необходимы так же навыки продвижения студии в сфере развлекательных услуг. Необходимо продумать грамотную организацию бизнеса, спрогнозировать риски, определить пути продвижения и рассчитать объем инвестиций. Важно организовать эффективную рекламную компанию студии для привлечения клиентов, разработать имидж организации.

Одним из ведущих пунктов продвижения танцевальной студии является использование рекламной полиграфии. Печатная полиграфия –

важный инструмент для продвижения услуг, создания имиджа танцевальной студии. Рекламная полиграфия создается с целью привлечения новых клиентов и удержания существующей клиентской базы. Наиболее эффективны и востребованы в продвижении танцевальной школы или студии следующие виды полиграфической продукции: визитная корпоративная карточка, листовка, флаер, буклет, плакат, рекламная газета, купон для получения скидок.

Использование наружной рекламы является дорогостоящим, но эффективным средством. Для того чтобы наружная реклама эффективно работала в продвижение танцевальной студии и характеризовалась высоким показателем рентабельности, необходимо правильно выбрать носители наружной рекламы, которые будут работать с высокой отдачей. Для этого необходимо изучить базовые принципы размещения наружной рекламы, для привлечения внимания целевой аудитории, и далее найти подходящий вариант для достижения целей. Наиболее востребованными формами наружной рекламы при продвижении танцевальной студии являются рекламные щиты (билборды), растяжки, ситилайты, штендеры.

Использование наружной рекламы в продвижении танцевальной студии является одним из эффективных способов привлечения новых клиентов и продвижения на рынке развлекательных услуг. Наружная реклама охватывает большую аудиторию, что позволяет максимально быстро увеличивать количество новых клиентов. При этом эффективность достигается при размещении рекламы в местах наибольшего скопления людей. Также постоянное воздействие рекламы на людей способствует продвижению бренда танцевальной студии.

Реклама в общественном транспорте является эффективным способом продвижения услуг студии либо школы танцев с большим процентом охвата потенциальных клиентов. Преимущество данной

рекламы заключается в отсутствии необходимости привязываться к конкретной точке города. Возможности размещения рекламной информации в общественном транспорте достаточно широки: звуковая реклама, видеореклама, листовки, баннерная реклама, реклама на подголовниках сидений, бортах транспорта, остановках. Реклама в общественном транспорте может использоваться в качестве долговременной рекламной кампании, привлекая большое количество новых клиентов и создавая позитивный имидж танцевальной студии.

Весомые результаты принесет реклама студии и школы танцев с помощью размещения рекламной информации в СМИ – реклама на местном радио, телевидении, а также публикации в местных печатных изданиях. Реклама в СМИ – это деятельность, которая проинформирует об услугах танцевальной студии, привлечет к ним внимание потенциальных клиентов, воздействуя на массы либо индивидуальное сознание через печатные либо электронные средства массовой информации. Качественная реклама в СМИ – весомый инструмент рекламной кампании танцевальной студии, которая вызывает определенную необходимую реакцию потенциальной аудитории и стимулирует спрос на услуги студии и школы танцев.

Важным инструментом продвижения танцевальной студии является активная работа с социальными сетями – это тот ресурс, на котором находится основная аудитория танцевального бизнеса. Продвижение в социальных сетях – SMM-маркетинг, является популярным инструментом рекламных кампаний. Правильное продвижение вашего танцевального бизнеса с помощью создания и раскрутки группы Vkontakte или создания высокопосещаемой странички в Instagram, привлекут новых учеников и будут работать на создание имиджа студии. SMM-маркетинг в процессе продвижения танцевальной студии направлен на достижение

определенных целей: продвижение и создание положительного имиджа студии на рынке развлекательных услуг, таргетинговая коммуникация, взаимодействие с потенциальными клиентами, создание репутации бренда, увеличение объема продаж.

Одним из инструментов продвижения является собственный сайт компании. Качественно разработанный и профессионально сделанный веб-сайт выступает средством продвижения и развития любого бизнеса, в частности и танцевальной студии, выступая в качестве ценной рекламной площадки, возможности поиска новых клиентов и конкурентоспособности на рынке услуг.

Для того, чтобы сайт работал на продвижение продукта в сфере танцевальных услуг, необходимо позаботиться о поисковой оптимизации сайта – SEO-продвижении, которое приведет к его высокой посещаемости вашей целевой аудиторией. Суть данного продвижения заключается в проведении действий с внутренними и внешними факторами сайта, которые позволят ему выйти на первые позиции в процессе поиска, и, соответственно, привлечь новых потенциальных клиентов.

SEO-продвижение разделяется на три основные части, которые в комплексе позволяют достигнуть высоких результатов продвижения танцевальной студии. Внутренняя оптимизация включает в себя работу внутри сайта. Здесь происходит устранение возможных ошибок, усовершенствование контента, изменение HTML-кода страниц сайта. После осуществления внутренней оптимизации следует этап внешней оптимизации. Данный процесс представляет собой самостоятельное продвижение сайта. На этапе внешней оптимизации необходимо поднять ресурс на первые позиции с помощью определенных действий, выполняющихся на других сайтах, каталогах и иных площадках, задача которых является продвижение сайта по целевым запросам.

Заключительный этап SEO-продвижения заключается в закреплении достигнутых позиций и полученных результатов. Слежение за результатами продвижения собственного сайта и показателями конкурентов, корректировка ключевых слов, текстов для ссылок, наполняемости ресурса, изменение и дополнение площадок позволят сохранить занятые позиции [1].

Контекстная реклама является одним из эффективных видов интернет-рекламы танцевальной студии, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от контекста и содержания интернет-страницы. Основное преимущество использования контекстной рекламы для продвижения услуг танцевальной студии является демонстрация рекламного объявления лишь заинтересованным пользователям в приобретении данных услуг, по результатам анализа поисковых запросов целевой аудитории [2, с. 99].

Поисковая реклама, появляющаяся по результатам поискового запроса, отличается полным соответствием данному запросу. Тематическая реклама размещается на различных веб-сайтах. Использование контекстной рекламы предполагает возможность учитывать географическое месторасположение целевой группы. Данная реклама характеризуется достижением мгновенного эффекта – посещаемость ресурса резко увеличивается. Это дает возможность эффективного использования неоптимизированных Интернет-ресурсов.

Отличительной особенностью контекстной рекламы является функция ремаркетинга – технологии поведенческого таргетинга в контекстно-медийной сети, смысл которой заключается в том, чтобы пользователь, заходивший на ресурс, но не совершивший целевого действия, вернулся на веб-сайт танцевальной студии и завершил данное действие. Ремаркетинг производит анализ интересов пользователей,

поэтому рекламная информация об услугах танцевальной студии доступна лишь тем, кто уже был заинтересован в них. Данному посетителю, который попадет на любой сайт в сети Интернет, будет доступна рекламная информация, мотивирующая вернуться на веб-сайт танцевальной студии и завершить целевое действие.

Основные задачи ремаркетинга заключаются в повышении коэффициента конвертации с помощью возможности возврата потерянных потенциальных клиентов. Ремаркетинг – это эффективная стратегия по увеличению конверсии целевой аудитории в клиентов [2, с. 137].

Таким образом, продвижение танцевальной студии в сети Интернет является эффективным средством, приводящим к увеличению показателей рентабельности вложений.

Любой вид рекламы требует определенных затрат. Вложенные средства окупятся потоком новых учеников, узнаваемостью студии. Продвижение танцевальной студии на рынке танцевальных услуг при грамотно продуманной и построенной рекламной кампании значительно увеличивает шансы успешного построения бизнеса в сфере развлекательных услуг.

1. Кажарнович, В.Ф. SEO на результат. Простые и понятные методы продвижения в Интернете / В.Ф. Кажарнович. – СПб : Питер, 2017. – 320 с.

2. Манн, И. Интернет-маркетинг на 100% / И. Манн. – СПб : Питер, 2017. – 240 с.