

**Космич В.С.**, студентка 202 гр.

Научный руководитель – Булойчик С.И.

## **ИНТЕРНЕТ-ПРОМОУШЕН В ТЕАТРАЛЬНОМ ИСКУССТВЕ**

В современности промоушен через интернет является одним из самых быстроразвивающихся направлений. Интернет-промоушен с свою очередь – комплекс мероприятий по продвижению какого-либо товара или организации в целом посредством сетевых технологий Интернет. Сегодня такой тип продвижения начинает активно развиваться и в учреждениях социально-культурной деятельности Беларуси.

В данной работе раскрыты особенности интернет-промоушена в театральной сфере Беларуси на примере Республиканского театра Белорусской Драматургии через сравнение с одним из самых престижных американских театров – Metropolitan Opera.

В интернет-продвижение включается: 1) создание собственного веб-сайта; 2) возможность бронирования и покупки билетов через систему онлайн; 3) использование видеохостинга; 4) использование различных социальных сетей; 5) использование контекстной рекламы на других сайтах.

В ходе исследования было выявлено:

1. Большинство театральных организаций культуры вне зависимости от формы собственности используют элементы интернет-промоушена.

2. Качество элементов интернет-промоушена в театральной сфере не всегда соответствует требованиям «успешного продвижения» продуктов культуры. Даже крупнейшие учреждения театральной сферы используют не больше четырех элементов, а у большинства

организаций интернет-промоушен представлен только веб-сайтом. Однако, было выявлено, что последние выполнены в хорошем качестве при поддержке специализирующихся на разработке веб-сайтов белорусских агентств.

3. Возможная высокая стоимость контекстной рекламы также ограничивает большой процент театров в ее применении, но РТБД нашел решение этой проблемы в заключении партнерского соглашения с сайтами-распространителями, который позволяет размещать ее по системе скидки.

4. Возможность бронирования и покупки билетов онлайн своим удобством располагает клиентов к посещению театров.

5. В качестве эталонного образца интернет-промоушена в театральной сфере нами выбран РТБД. Так как все элементы интернет-промоушена в данной организации соответствует международным стандартам (сравнительная характеристика приведена в Таблице 1)

В данной организации присутствует:

Во-первых, грамотное оформление веб-сайта, которое включает: визуализацию (четкость, простота, выделение цветом самого важного); информационность (входные данные, обратная связь с театром, информация для сотрудничества, новостной блок и т.п.); Удобную навигацию через поисковую строку, подробным разделам и «тэгам» помогает быстро найти интересующую информацию. Выполненный в бело-синих тонах, сайт отражает логотип театра, что помогает в укреплении брендинга данного учреждения. Возможность оставлять комментарии и читать блог обеспечивает обратную связь работников и актеров со зрителями. Частота обновлений сайта раз в неделю и социальных сетей минимум 2 раза в неделю, а также предусмотренные

варианты просмотра на различных браузерах позволяют «исковому роботу» выводить сайт в верхние места поисковой выдачи.

Во-вторых, активное использование социальных сетей, нацеленных не только на русскоговорящее население как Вконтакте, но и международных – Facebook, Instagram обеспечивают повышение активности на интернет ресурсах театра и, в следствие, увеличивающийся посещаемости.

В-третьих, личный канал на сервисе видеохостинга YouTube позволяет по рекомендованным видео, которые выдвигаются в категорию «рекомендованные» только при регулярном обновлении, привлекают внимание к видеороликом снятым театром, что также является хорошим методом узнавания о различных мероприятиях и постановках.

В-четвертых, реклама ближайших событий на сайтах-распространителях билетов, которые по совместительству являются прямыми постоянными партнерами, дает возможность посетителям узнавать о мероприятиях театра методом «всплывающей» рекламы или через предложения «похожих запросов».

Характеристика		<u>Metropolitan Opera</u>	РТБД
Веб-сайт	Контрастность	Бело-черная палитра, слайд-шоу лучших фотографий, простой понятный белый шрифт	Бело-синяя палитра, слайд-шоу лучших фотографий, простой понятный синий и белый шрифт
	Частота обновления	Каждый понедельник в 09.00- 10.00	Каждый понедельник в 14.00- 15.00
	Удобство навигации	Поисковая строка, разбор информации по 6 разделам	Поисковая строка, разбор информации по 4 разделам, «эги»

	Возможность оставлять комментарии	Отсутствует, зрители оставляют комментарии в социальных сетях	Есть, показываются методом слайд-шоу
	Онлайн-чат с администратором	Есть, всплывающее окно в нижнем правом углу (регистрация обязательна)	Отсутствует
Социальные сети		<p><i>Facebook</i> <i>Twitter</i> <i>Instagram</i> <i>Tumbler</i></p> <p>Ссылки находятся в левом нижнем углу страницы, обновление новостей происходит минимум раз в день</p>	<p><i>Facebook</i> <i>Вконтакте</i> <i>Instagram</i></p> <p>Ссылки следуют за ползунок мышки и всегда находятся слева посередине страницы, обновление новостей происходит приблизительно раз в 3 дня</p>
Видео-канал		Есть, обновляется каждую неделю	Есть, обновляется каждую неделю
Взаимоотношения с сайтами-распространителями		Отсутствуют, посещаемость и известность театра позволяет ему проводить промоушен своими силами	Договоренность с kvitki.by и buscard.by позволяет использовать контекстную рекламу на 30% дешевле на перечисленных сайтах в обмен на прямые видные ссылки на сайте театра
Возможность бронирования и онлайн-покупки билетов (возможность забрать билет в течение суток в кассах театра)		Есть, прямая ссылка на покупку под каждой постановкой с выбором места в зале, бронирование через авторизацию	Есть, прямая ссылка на покупку под каждой постановкой с выбором места в зале, бронирование через авторизацию

Таблица 1.

В ходе исследования было выявлено, что молодой коллектив отдела маркетинга, использующий все технологии интернет-промоушена, а также заключение партнерских рекламных соглашений позволяет привлекать в

учреждение больше зрителей. В связи с этим, основной проблемой промоушена через интернет-ресурсы большинства учреждений театральной деятельности Беларуси заключается в нехватке квалифицированных кадров из-за малого процента технически грамотных работников в этой сфере. По причине консервативного мышления большего процента из них новые технологии рекламы зачастую могут быть не приняты руководящими должностями организаций. Решением проблемы недостаточности бюджета на оплату разработки сайта или аренды контекстной рекламы может быть решена заключением партнерских соглашений или поиске спонсоров конкретных мероприятий. Но и абсолютный переход на такой вид продвижения на данный момент также невозможен, так как большим процентом аудитории театров на сегодняшний день является мало пользующиеся интернетом население, поэтому главная задача учреждений подобного типа – в нахождении компромисса проверенных средств продвижения с передовыми.

Результаты исследования показывают, что на основе благоприятного опыта РТБД другие организации театральной сферы могут методом бенчмаркинга оптимизировать работу своих учреждений для повышения их посещаемости.

---

1. Что такое интернет-промоушен? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ranero.ru/service/promotion/internet-promotion/>. – Дата доступа: 09.03.2017.

2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.metopera.org/>. -Дата доступа: 11.03.2017.

3. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://rtbd.by/>. – Дата доступа: 11.03.2017.