

УДК 659.1

ПРОДВИЖЕНИЕ КОНЦЕРТНОГО АГЕНТСТВА JBC В Г. САМАРЕ

© Опанасенко П.С., Мещанова Н.Г.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: polina.opanasenko@yandex.ru

Концертное агентство JBC Promotion было основано в 2007 году в г. Самаре. В настоящее время оно отвечает за большую часть программы НК «Звезда», одинаково успешно работает с российскими и зарубежными звездами.

Основной способ продвижения, который сейчас использует агентство JBC Promotion, – это SMM-продвижение, несмотря на то что специальные культурные мероприятия предполагают информирование аудитории и при помощи других каналов [1]. Агентство функционирует с опорой на страницы в «Инстаграме» и «ВКонтакте» [2]. Там сосредоточен основной поток клиентов. Выбор данных платформ объясняется тем, что «Инстаграм», площадка для визуалов, используется для размещения видео- и фотоконтента, а аккаунт «ВКонтакте» в большей степени рассчитан на сообщение информации о концертах.

В «Инстаграме» JBC также общается с подписчиками, уведомляет об акциях и скидках. Пользователи «Инстаграм» – жители крупных городов от 16 до 45 лет – являются целевой аудиторией JBC. «Инстаграм» – довольно бюджетная и удобная платформа для продвижения.

Контент, который выкладывает агентство в своем аккаунте в «Инстаграме», сочетает в себе развлекательные и информационные материалы. Посты выкладываются с периодичностью одна публикация в день. Это связано с тем, что одна публикация в день не надоедает подписчику, но вместе с тем страница в «Инстаграме» активна. Также аккаунт агентства пользуется всеми возможностями, которые предлагает платформа: выкладывает сторис, проводит конкурсы, прямые эфиры и т. д.

Агентство старается придерживаться единого стиля в оформлении страницы, но это оформление – на уровне любительского. Это несомненный минус (рис. 1). Обложки для актуальных историй выдержаны в едином стиле, а обложки видео в основной ленте – нет. Отметим, что записи оформлены единообразно (рис. 2) – это 6–7 строчек текста, в которых заложена вся нужная информация.

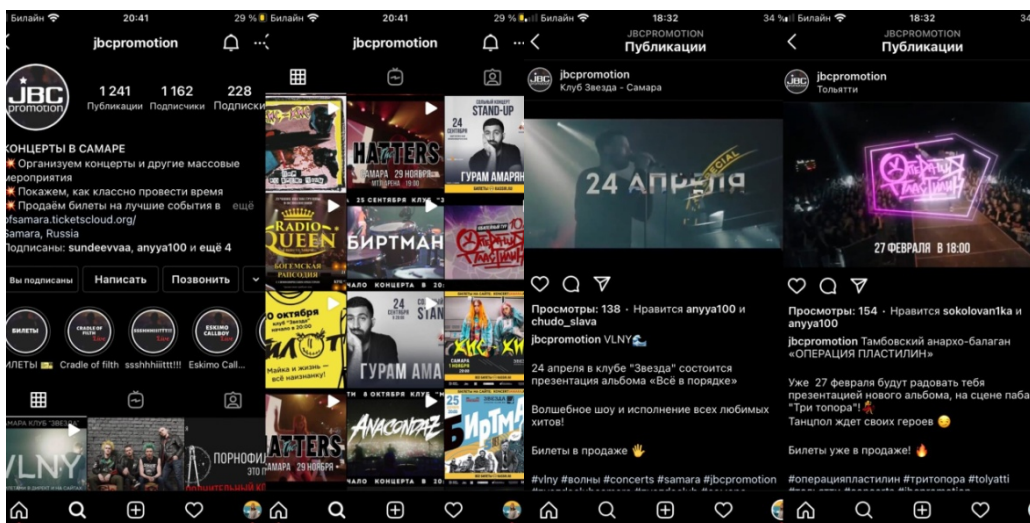


Рис. 1

Рис. 2

SMM-продвижение в рассматриваемой сети работает довольно неплохо и приносит достаточно большое число клиентов. На данный момент на аккаунт подписаны 1234 человека, в среднем одна публикация набирает около 50–100 лайков.

«ВКонтакте» – сайт с самой большой посещаемостью в Интернете в России. У данной платформы широкая аудитория, различная по возрасту и увлечениям. Продвижение в сети «ВКонтакте» зависит от посещаемости страницы, количества подписчиков и т. д.

Контент, который публикуется JBC в паблике в сети «ВКонтакте», содержит в основном информационный материал, но он разбавляется развлекательными сообщениями. Посты выкладываются с периодичностью две публикации в день. Такая периодичность связана с тем, что постоянно нужно информировать подписчиков об изменениях в концертной программе. Также страница агентства пользуется всеми возможностями, которые предлагает платформа «ВКонтакте»: выкладываются фотографии, видео, проводятся конкурсы и т. д.

У аккаунта JBC в социальной сети «ВКонтакте» нет единого фирменного стиля, но агентство старается сочетать цветовую гамму, аудиосопровождение и т. д. (рис. 3, 4).

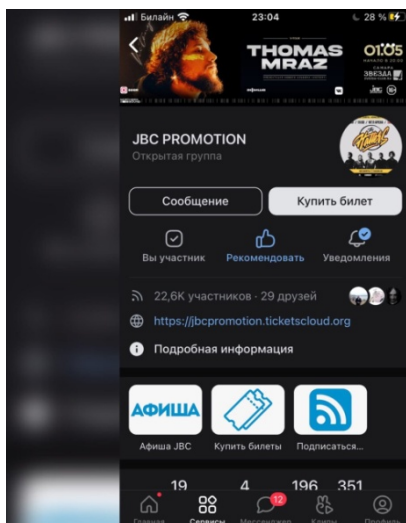


Рис. 3

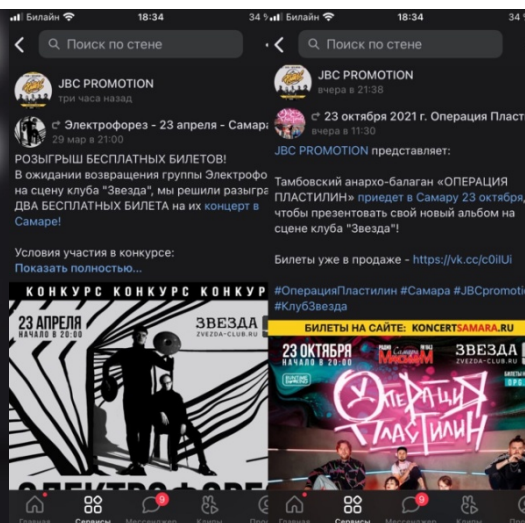


Рис. 4

На паблик «ВКонтакте» подписаны 22 568 человек, но публикации собирают меньше лайков, чем на странице агентства в «Инстаграме». Это связано с тем, что в основном в сети «ВКонтакте» представлен информационный контент, а изображения и видеоэлементы – в меньшей степени. При этом продажа билетов на платформе «ВКонтакте» идет лучше, чем в «Инстаграме».

Библиографический список

1. Тульчинский Г.Л., Герасимов С.В., Лохина Т.Е. Менеджмент специальных событий в сфере культуры: учебное пособие. СПб.: Планета музыки, 2010. 384 с.
2. JBC Promotion. URL: <https://vk.com/jbcpromotion>; [instagram.com/jbcpromotion](https://www.instagram.com/jbcpromotion).