

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ КОМИКСОВ НА ИЗДАТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме – продвижению такого специфического издательского продукта, как комиксы. Рассмотрены основные классические маркетинговые методы стимулирования продаж издательских товаров, а также современные методики продвижения с использованием современных способов, а именно – гаджетов, Интернет-платформ и социальных сетей. Автор приходит к выводу, что эти методы наиболее эффективны для распространения и популяризации комиксов в России.

Ключевые слова: *комикс, метод продвижения, эффективный маркетинг, стратегия, хештег, социальная сеть, издательский рынок.*

Комиксы продаются миллионами экземпляров по всему миру. К сожалению, большая часть этого потока пока обходит Россию. Главная причина, судя по всему, состоит в том, что отечественные издатели не видят серьезной прибыли в изданиях такого рода, хотя многие комиксы можно смело считать произведениями искусства. Кроме того, в продвижении используются неэффективные методы продвижения столь специфического товара.

Методы продвижения – это инструмент маркетинга для осуществления поставленной цели. Классические учебники по маркетингу выделяют несколько традиционных методов продвижения:

- ✓ личная продажа;
- ✓ реклама;
- ✓ общественные связи;
- ✓ стимулирование сбыта.

Сейчас известные комиксы серии крупных студий Marvel, DC comics постепенно начинают появляться на полках наших магазинов, но происходит это очень медленно. Куда медленнее, чем в других странах. Также основным методом продвижения зарубежных комиксов является частая экранизация. Этот способ продвижения слабо освоен в России. На данный момент в России существует короткометражный фильм на основе одноименного комикса «Майор Гром», выпущенный в феврале 2017 года. Издательство «Vabble» планирует выпуск полнометражного фильма.

Следует выделить основную специфику в продвижении комикса – очень важно учитывать национальные особенности страны, в которой осуществляется распространение комикса. Можно сказать, что проблема комиксов в России в том, что это заимствованный продукт, имеющий зару-

бежную основу и, как следствие, – неоднозначное восприятие российской аудиторией. Однако существуют проверенные методы продвижения комиксов. Екатерина Морозова – организатор русской программы на фестивале «КомМиссия», считает, что эффективным методом продвижения комиксов является публикация на специализированных ресурсах – выставки («Comic-Con International 2018» в США, «Comic – Salon 2018» в Германии, «Старкон 2018» в России – Санкт-Петербург, «Комикс – андеграунд 2018» в России – Москва) и фестивали («КомМиссия» в России – Москва, «Котмонавт» в России – Самара), в том числе и в социальных сетях – Вконтакте, Instagram и т.п.

Большой процент населения активно использует современные источники получения информации – гаджеты. На данный момент этот источник один из самых удобных. Использование Интернет-платформы объясняется тем что, во-первых, это самая широкая информационная площадка. Во-вторых, это площадка аудитории, которая может заинтересоваться комиксом.

Продвижение в социальных сетях происходит с использованием специальных методов и инструментов. Рассмотрим некоторые из них.

✓ SFS (Shoutforshout), или же упоминание за упоминание.

Другими словами, партнерство. Вы можете заключить договор с любым известным блогером и/или издательством за взаимное упоминание в своем профиле.

✓ Giveaway, или же розыгрыш.

Инструментом данного метода является хештег. С помощью этого инструмента, создавая свой хештег или используя чужой, вы повышаете процент посещения вашего профиля.

✓ Моссофоловинг/ массотайкинг.

Техника с использованием специальных приложений (или же вручную), с указанием своих характеристик (хештеги, геолокация и т.п.), при которой привлекается новая аудитория для вашего профиля.

Также новый комикс размещается на специальных ресурсах поиска новых авторов (comcart.ru, a-comics.ru).

Для продвижения может быть задействована и классическая стратегия целевого маркетинга – стратегия, при которой рассматриваются отдельные части (сегменты) рынка. Отдельно можно отметить стратегию продвижения, которую использует издательство «Bubble». Помимо классического продвижения в группах в социальных сетях и через команду производителей (художников и сценаристов), они используют продвижение через партнерство. Например, «Bubble» заключили договор с компанией «Моспицца», через которую рекламировали свою продукцию.

Ещё одним методом продвижения комикса является создание сайта, при его создании нужно учитывать множество аспектов:

✓ сайт необходимо создавать с учетом потребностей и интересов целевой аудитории;

- ✓ нужно уделить немало времени интерфейсу;
- ✓ правильно составить структуру сайта (удобное расположение информации, рубрик и т.п.).

Сайт не главный аспект продвижения комикса, но он способен положительно повлиять на его развитие. Таким образом, эффективными методами продвижения комиксов являются продвижение через социальные сети, взаимная реклама, создание и продвижение сайта издательства, а также участие в тематических фестивалях и выставках.