

Особенности брендинга музея. Лицензирование музейного бренда

Государственный Дарвиновский музей

Москва, 2013

Определение брендинга.

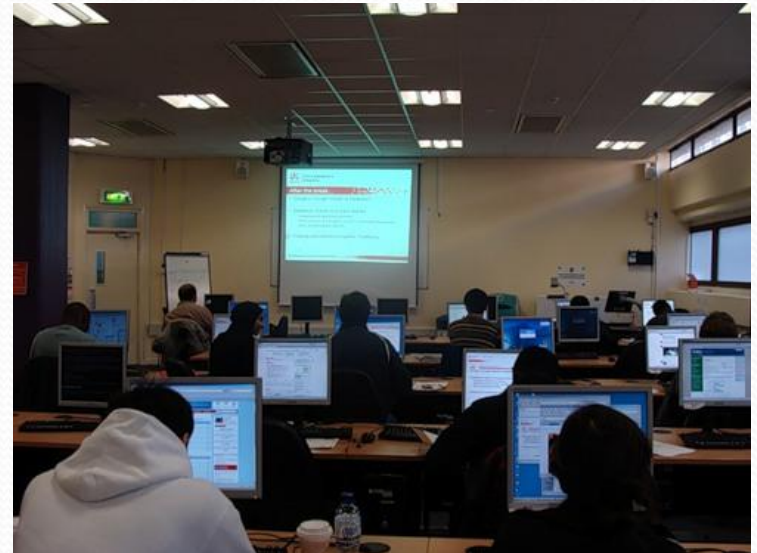
Этапы брендинга.

- Установление определенной ассоциативной связи между организацией, лицом или предметом у сегмента фиксированной целевой группы.



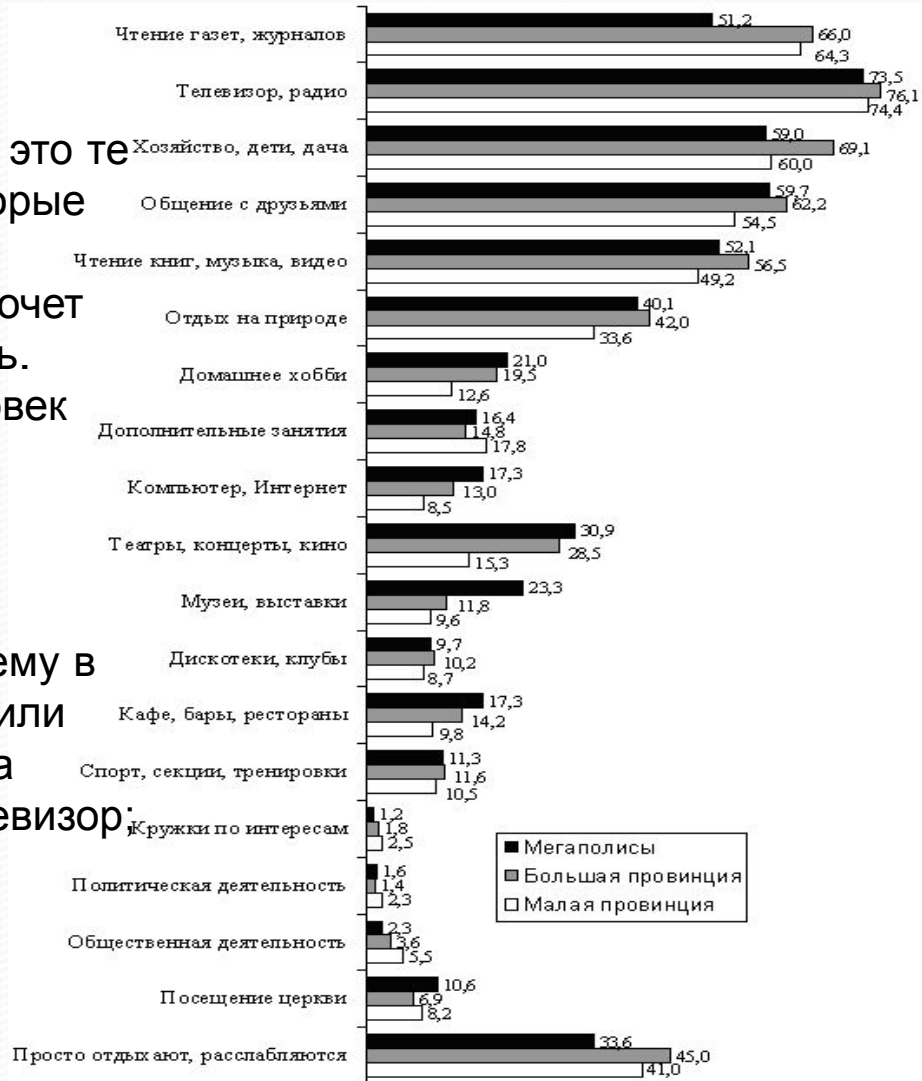
Психологические тренды настоящего времени

- 1. Перегруженность информационной среды и увеличение скорости распространения информации.
- 2. Изменение сознания в направлении клипового мышления.
- 3. Глобализация и интеграция процессов.



Досуговые предпочтения россиян.

Досуговая конкуренция – это те желания, которые потребитель возможно захочет удовлетворить. Скажем, человек обдумывает несколько вариантов действий: отправиться ему в театр, музей или остаться дома смотреть телевизор:



23.3% жителей мегаполиса выбирают в качестве одной из форм проведения досуга музей. (Источник - исследования фонда Фридриха Эберта)

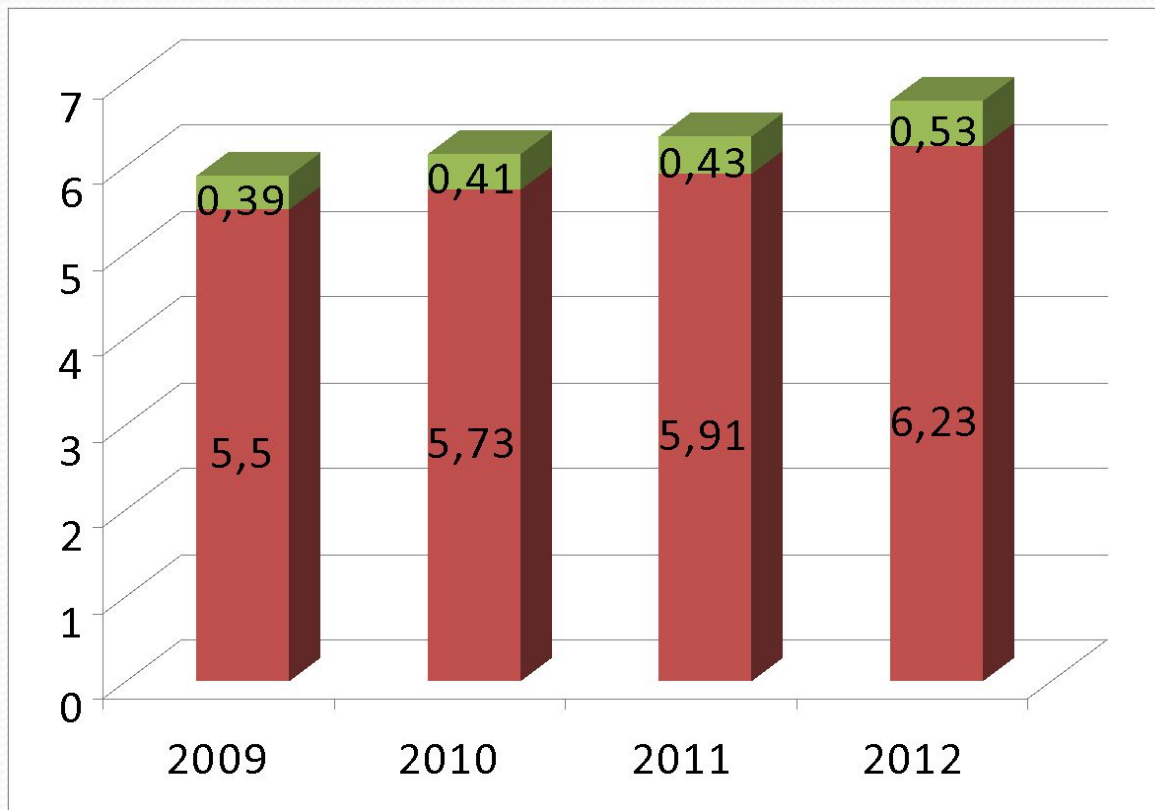
Тренды музейной отрасли в России.

1. Сдвиг общественного внимания на ступеньки выше в пирамиде Маслоу. Как следствие – бурный рост культурно-досуговой отрасли.
2. Необходимость стремительных изменений в деятельности.
3. Относительная отсталость менеджмента

и маркетинга музейной отрасли в сочетании с ригидностью мышления как следствием профессиональной деформации музейных работников.



Динамика изменения посещаемости МОСКОВСКИХ МУЗЕЕВ (млн.чел.)



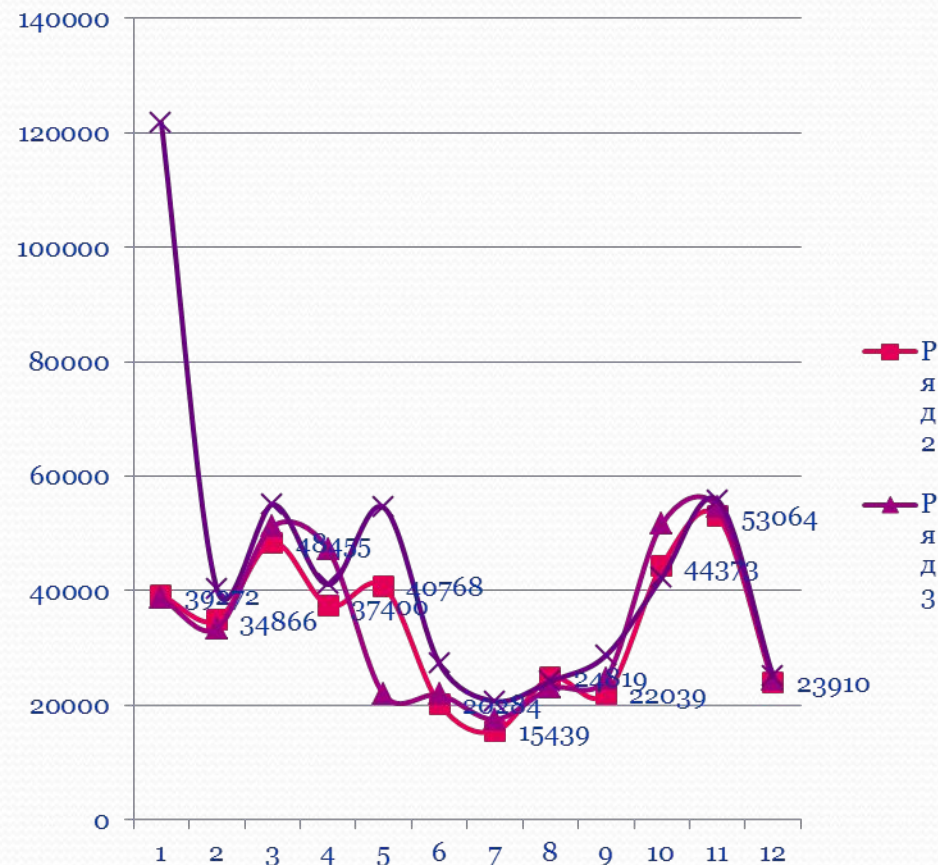
Общий прирост посещаемости за три года (2007 по отношению к 2004) составляет 6 %. Общий прирост посещаемости за три года (2008 по отношению к 2005) составляет 16 %.

Прирост за последний год – 15%.

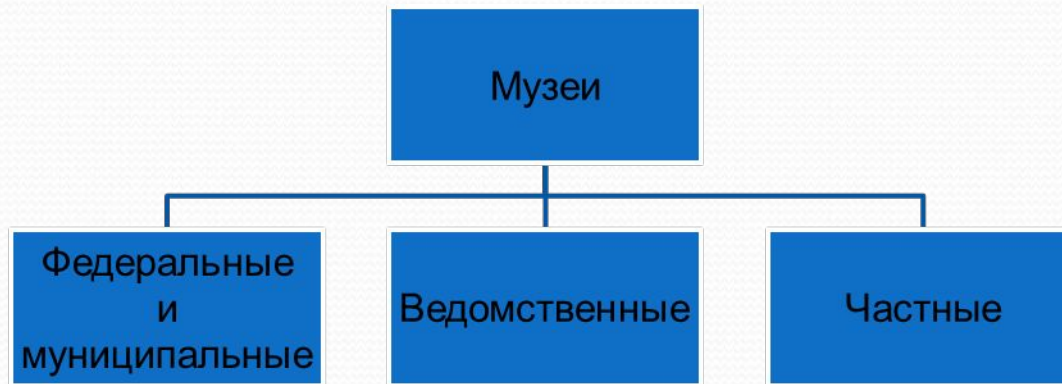
Источник – статистика департамента культуры .

Музеи Москвы. Перемены

- Количество музеев Москвы (по данным департамента культуры) – 350. Еще 2 года назад их было около 200.
- Количество посетителей московских муниципальных музеев превысило в 2012 году 6 млн.чел. в год (15% роста по сравнению с 2011 г.).
- Департамент культуры Москвы возглавил в 2011 С. Капков. С его приходом начались фундаментальные преобразования сферы культуры, которые потребовали от музеев серьезных перемен в работе.



Классификация музеев по типу собственности



Характеристики эффективности брендинга организации.

1. Капитализация бренда (стоимость нематериального актива).
2. Уровень потребления (посещаемость).
3. Уровень известности на целевой группе.
4. Уровень лояльности.

Особенности брендинга музея

1. Необходимость стремительной перестройки процессов в связи с интеграцией в остроконкурентную среду.
2. Большое количество «фиксированных» параметров на различных этапах в процессе брендинга.
3. Конкурирование с коммерческими организациями де юро наравне а де факто – «с отягощением».
4. Необходимость репозиционирования прежнего имиджа музеев.
5. «Ювелирная» работа с менеджментом музея.

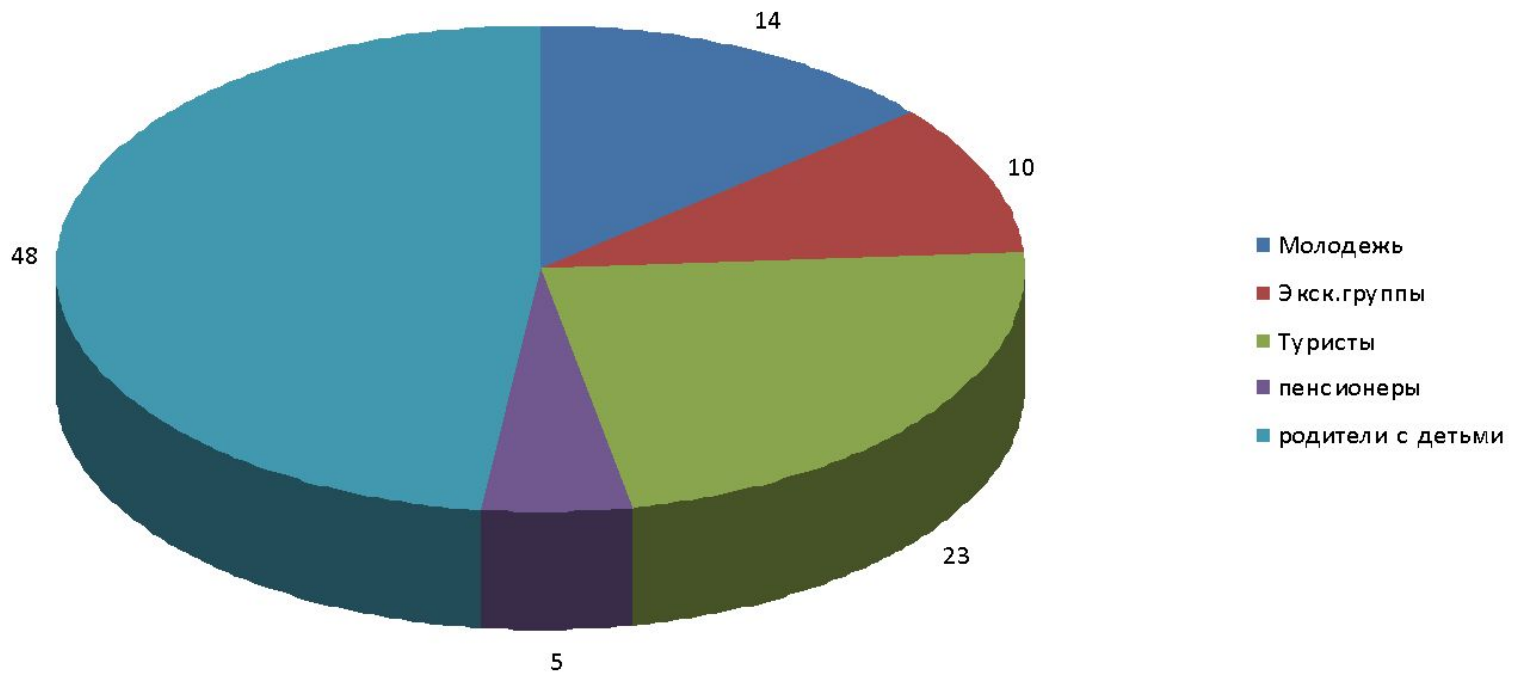
Государственный Дарвиновский музей. Ключевые цифры.

- Второй по величине европейский естественно - научный музей, имеющий высокий статус в рамках города площадью более 20 000 м²;
- современная экспозиция, иллюстрирующая процессы эволюции, площадью 5000 м²;
- коллекции, включающие около 400 000 музейных предметов;
- 60 выставок в год, экспонируемых в выставочных залах площадью почти 1000 м²;
- 10 экологических и семейных праздников;
- По версии портала Museum.ru, ГДМ входит в Топ-10 лучших музеев России и в Топ-5 лучших музеев Москвы.



Сегментирование целевой группы Дарвиновского музея

Сегментирование целевой группы (%)



Посещаемость. Известность.

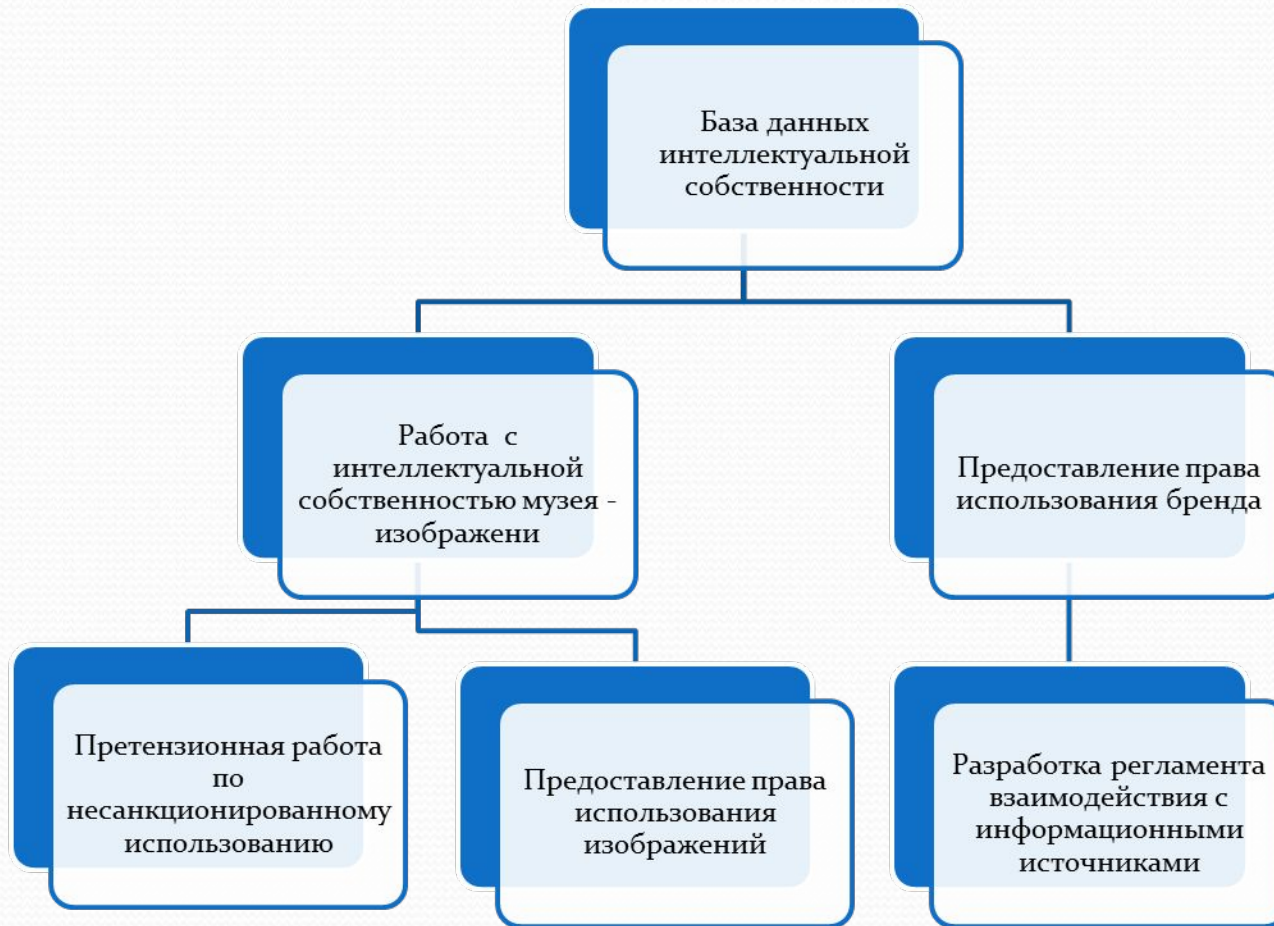
- Посещаемость музея в 2012 г. составила 530 000 человек.
- Известность на целевой группе около 65%.
- В залах музея организуется около 60 выставок в год. Таким образом, музей всегда предоставляет информационный повод для работы с прессой.
- В 2012 году по различным каналам телевидения было показано более 400 сюжетов и передач о ГДМ. В газетах и журналах вышло около 500 публикаций. По радио прозвучало 170 репортажей о музее. В электронных СМИ вышло 2500 сообщений.



Лицензирование музейного бренда.

- Лицензирование – это предоставление права использования интеллектуальной собственности.
- Лицензирование стоит на «трех китах»: это правовая защита, дополнительное промо и доход.
- Защита заключается в том, что, являясь единственным владельцем бренда, собственник дает право использовать ее производителю, но только на определенной территории, в определенное время и в определенной группе товаров.

Использование интеллектуальной собственности.



Этапы работы по лицензированию

1. Разработка brand-book
2. Регистрация торговой марки
3. Выбор базы интеллектуальной собственности для лицензионной работы
4. Выбор стратегии лицензирования.
5. Выбор оператора.
6. Разработка и внедрение алгоритмов взаимодействия с реальными и потенциальными партнерами.

Интеллектуальная собственность ГДМ

- Бренд Дарвиновского музея имеет очень высокий лицензионный потенциал.
- В фондах музея, насчитывающих около 350 тысяч единиц хранения, находится огромная естественнонаучная коллекция млекопитающих, птиц, рыб, насекомых, растений.
- Кроме того в музее представлены уникальные образцы анималистической живописи, графики, скульптуры, декоративно-прикладного искусства.
- Музей владеет современным цифровым банком фото-, аудио- и видео-материалов. Это отличный пример сложного контенто-содержащего бренда, который может развиваться в самых разных лицензионных товарных категориях.



Пример комбинированного использования ТМ и ВС

Промо — распространение бренда в разных нишах, новых товарных категориях и рынках. Доход заключается в получении прибыли собственником от использования его бренда в виде отчислений (роялти) за это использование.

- Правообладатель же в первую очередь решает маркетинговую задачу представленности своего бренда в новых товарных категориях и, наконец, оба получают дополнительный доход. Лицензионный агент в данном случае полезен обеим сторонам: он обеспечивает качественное взаимодействие на уровне всех согласований, берет на себя контролирующую и консультационные функции, отслеживает соблюдение интересов бренда и производителя, помогает во взаимодействии с ритейлом.

Лицензирование дает возможность официального использования «бренда» с его уникальным набором ценностей другими производителями в своих товарах на согласованных условиях. Использование производителем лицензии помогает сократить расходы на продвижение и дизайн.

Производитель – компания Салавери», изготавливающая мягкие игрушки. Коллекция «Саванна».



Пример претензионной работы

- Сайт бабочек Бабочки → [Каталог](#) Бабочки → Каталог [Галерея](#) Бабочки → Каталог Галерея [Классификация](#) Бабочки → Каталог Галерея Классификация [Проекты](#) Бабочки → Каталог Галерея Классификация Проекты [Статьи](#) Бабочки → Каталог Галерея Классификация Проекты Статьи [Авторы](#) Бабочки → Каталог Галерея Классификация Проекты Статьи Авторы [Литература](#) Бабочки → Каталог Галерея Классификация Проекты Статьи Авторы Литература [Сообщество](#)
- **Бабочки (чешуекрылые)**
На фото: [Autographa aemula](#)
- **Бабочки (*Lepidoptera*)** — название одного из самых популярных отрядов насекомых — *чешуекрылых*. На нашем сайте — описания и фотографии тысяч великолепных и распрекрасных созданий с покрытыми чешуею крыльями. Имаго с их хоботком питаются жидкой пищей (не зря же их так интересуют цветы) либо не питаются вовсе (оказывается, интересуют цветы не все ласково обзывают гусеницами, имеют грызущий рот соответственно, предпочитают твердые части растений). Бабочки ведут неприкрытый образ жизни, другие посещают растительных тканей и прочих муравейниках.
- На сайте Lepidoptera.ru доступны обновляемая
- система видов, каталог описаний бабочек и галерея
- с их изображениями:
- Всего видов — 76828; видов с иллюстрациями — 3465
- Подвидов — 30538
- Надвидовых таксонов — 1669



Резюме

- Лицензионная деятельность - это
- мощный объединяющий фактор для российских музеев, обеспечивающий использование единых принципов, форматов и стандартов, успешно используемых музеями мира;
- гарантия авторских прав музеев и научных сотрудников;
- получение дополнительной финансовой поддержки;
- развитие музейной деятельности.

Спасибо за внимание!



**Государственный
Дарвиновский
музей**