



Ситуационный анализ организации на примере «Музыкальный театр

Сфера деятельности



The background image shows an outdoor stage at a children's festival. A large banner in the background reads 'FAMILY DAY' in colorful letters, with 'metro' visible on the left. A blue airplane prop is on the stage. In the foreground, a red banner also features the word 'FAMILY' in large letters. A diagram with three colored boxes (red, purple, green) and connecting lines is overlaid on the image.

Постановка
спектаклей

Организация
детских
праздников

Предоставлени
е театральных
услуг другим
организациям

Целевая аудитория



Контактные

GR

Взаимодействие отсутствует

Стратегические
маркетинговые
коммуникации

Партнеры: Детский интеграционный театр «Куклы», Золотой ключик и КО, Объединение детских лагерей «Дети на планете»
Конкуренты: «Таврик», «Скерцо», «Карамболь»
Поставщики: отсутствует

PR

СМИ: Peterburg2, KidsReview, KudaGO, «Культурная столица»

Партнёрские мероприятия: помощь с организацией/участие в фестивалях («СТАРКОН», «Metro Family Day», «Звуки Питера»)

Стратегия и инструменты продвижения

Стратегия

Информирование
/Продвижение

Предмет исследования

Каналы коммуникации

Инструменты

SMM (VK, Instagram,
Facebook)

Наружная реклама
(постеры)

Участие в совместных с
партнёрами проектах
(тренинги,
театрализованные
экскурсии)

Организация
фестивалей

SWOT

Силы

Мобильность
Профессиональные актёры, умеющие работать с аудиторией младшего возраста
Низкая стоимость билетов на спектакли
Доступ к «кадровой базе»: косплееры, музыканты и т.д.

Слабости

Низкий уровень медиапредставленности в СМИ
Однообразный репертуар
Высокие цены на организацию событий
Оригинальный авторский контент

Возможности

Организация фестивалей
Увеличение кол-ва партнеров

Угрозы

Достаточно высокие запросы потребителей
Высокая конкуренция

Ценовой анализ

Спектакли

100-300

350-500

600-800

800-1000

>1000

Вечеринка с театром (цена за час)

2500

3000

3200

3500

4000

4500

5000

Медиакарт

СМИ	Сайт	Контакты
Peterburg2	https://peterburg2.ru/	Евгения Домрачева + 7 (812) 622 17 62 promo@pdg.ru
KidsReview	https://www.kidsreview.ru/	editor@kidsreview.ru
KudaGO	https://kudago.com/spb/theater/	reklama@kudago.com +7 (812) 339-45-25
Культурная столица	http://kstolica.ru/	reklama-ks@bk.r +7 (952) 099.69.67
Афиша	https://www.afisha.ru/spb	ad@afisha.ru kids@afisha.ru
Прогулки	https://excurspb.ru	zakaz@excurspb.ru
Едем Загород	https://www.edem-zagorod.ru	+ 7 (812) 777-78-99 +7 (961) 809-62-53

Медиаплан (соцсети)

дек.18

Канал/ Дата	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Instagram	■				■		■	■		■		■		■		■			■		■			■		■	■				■
VK	■	■		■	■	■	■		■				■			■		■			■	■			■		■	■			■
Facebook		■	■	■	■		■			■			■			■			■			■		■			■		■		■

■	Фото/видео
■	Партнерский материал
■	Информационный контент

Критерии оценки эффективности

SEO-аудит

- Анализ поисковых запросов через которые посетители переходят на сайт
- Анализ страниц входа и выхода

Социальные сети

- Активность аудитории (лайки, подписчики, уникальные посетители)
- Уровень проникновения информации в медиаполе (репосты)

Партнеры/СМ И

- Количество тематических публикаций у каждого партнёра/СМИ, их эмоциональный тон, охват, ключевые тезисы;

Вывод

В данный момент Музыкальный Театр Анжер проходит через «кризис» - остаться театром или полностью перейти в сферу event-агентств?

В связи с этим, нынешняя и будущая рекламная и PR деятельность организации направлена на поиск новых B2B партнёров. Также в планах на следующий год – организация собственного фестиваля.

Совместно с этим компания будет повышать уровень своей известности через участие в различных фестивалях (музыкальных, творческих) для повышения профессионального имиджа своих сотрудников