

**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Тема: Разработка концепции рекламной / PR-кампании для развлекательного центра

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1.ВИДЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА	6
1.1. Понятие и виды развлекательных центров.....	6
1.2. Виды рекламы и успешная практика рекламирования развлекательных центров	9
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДЕТСКОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА.....	15
2.1. Общая характеристика и виды детских развлекательных центров	15
2.2. Разработка концепции рекламной компании детского развлекательного центра	19
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	26
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	27

ВВЕДЕНИЕ

Продвижение развлекательных центров и объектов индустрии развлечений имеет определенные особенности, связанные со спецификой этого бизнеса. Как правило, все сводится к тому, чтобы увеличить поток посетителей и сформировать определенную репутацию объекта.

Репутация для развлекательных центров очень важна, потому что именно благодаря ей и сформированному имиджу удастся охватывать определенную целевую аудиторию, и достичь эффекта, когда люди начинают обмениваться мнениями и рекомендовать посещение тех или иных объектов друг другу. Исходя из этого для объектов развлекательной индустрии применяются специальные методы продвижения, которые позволяют запустить эффект сарафанного радио.

Помимо вопросов формирования имиджа и управления репутацией, важную роль в продвижении развлекательных центров играют методы, направленные напрямую на повышение посещаемости объекта.

Кроме того, важным моментом при продвижении развлекательных центров и объектов индустрии развлечений является синергия с другими направлениями, такими как торговля, спорт и пр. Методы продвижения для развлекательных зон в составе торгово-развлекательных центров могут сильно отличаться от методов продвижения объектов индустрии развлечений, расположенных обособленно (в отдельных зданиях).

Также важно понимать, что методы продвижения для различных объектов индустрии развлечений, ориентированных на разную целевую аудиторию, кардинально отличаются, то есть продвижение детского развлекательного парка, ночного клуба, батутного центра, бильярдного зала, бара, пляжного комплекса, боулинга, казино – не может быть одинаковым.

Реклама в эпоху цифровой трансформации меняется быстро и продолжает изменяться. Технологические изменения, новые платформы и форматы рекламы, а также изменения в потребительском поведении создают новые

возможности и вызывают новые проблемы для компаний. Однако, с правильным подходом и использованием новейших технологий, компании могут создавать эффективные рекламные кампании и достигать своих целей.

Целью реферата является: разработать концепцию рекламной компании на примере детского развлекательного центра. Задачами реферата являются: описать виды рекламной кампании развлекательного центра; дать понятие и характеристику различным развлекательным центрам; изучить особенности рекламы услуг детского развлекательного центра.

Структурно реферат состоит из введения, основной части, заключения, списка использованных источников.

ГЛАВА 1. ВИДЫ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

1.1. Понятие и виды развлекательных центров

Современный развлекательный центр (РЦ) – это, прежде всего, идея объединения в одном здании нескольких форм отдыха. РЦ – это значительно более функциональное заведение, нежели просто ночной клуб, ресторан или кинотеатр, как правило, тут концентрируют кинотеатр, игровую зону, точки общественного питания, боулинг, бильярд и другие виды активных развлечений. Такое заведение рассчитано на максимально широкую аудиторию – в этом его главное отличие от тех же ночных клубов или ресторанов. Если концепцию и аудиторию ночных клубов можно считать вполне сложившейся, то у РЦ она все время динамична и находится в развитии. Даже если в городе открываются новые заведения ночных развлечений или изменяется их тематика, их аудитория все равно остается прежней и, по сути, не меняется из года в год. С РЦ дела обстоят иначе – их развитие связано с развитием каждого из присутствующих в нем развлекательных сегментов[2].

Сейчас развлекательные центры все чаще становятся составляющими больших торгово-развлекательных комплексов. Здесь идея развития бизнеса совсем иная – РЦ здесь выступает как дополнительный стимул для посетителей торгового центра, значительно увеличивая его посещаемость, следовательно, и поток потенциальных покупателей. Размещение развлекательных объектов на территории торгового центра значительно увеличивает его рентабельность и снижает риски окупаемости объекта в целом. Обычно, для развлекательных центров в торговых комплексах отводится не более 30% общей площади и, как ни странно, отдача с квадратного метра в этой части ниже, чем торговой. Естественно, владельцы ресторанов, кинотеатров или игровых площадок неспособны платить те же арендные ставки, что и торговые точки, но грамотные девелоперы всегда готовы идти на соответствующую

щие уступки, ведь от успешности работы РЦ напрямую зависит успешность работы всего торгово-развлекательного комплекса.

Развлекательный центр - это помещение, предназначенное для активного досуга. В общем, это похоже на торговый центр, но с добавлением развлекательных зон, включая кинотеатры, зоны питания и игровые зоны. В развлекательных центрах можно провести время со своей семьей и друзьями, посмотреть фильмы, попробовать интересные игры, провести время активно и весело и другое[12].

Существуют различные типы развлекательных центров. Если рассматривать детские развлекательные центры, то можно выбрать из следующих вариантов: семейный развлекательный центр, тематический семейный развлекательный центр, активити-парки, игровые комнаты, батутные парки, город профессий и другие. Рассмотрим кратко.

1) Семейный развлекательный центр. Семейные развлекательные центры предлагают множество видов развлечений для детей всех возрастов. Обычно они включают в себя игровые зоны, зоны питания, а также площадки для проведения творческих мероприятий и обучающих программ для детей разных возрастов.

2) Тематический семейный развлекательный центр. Многие семейные развлекательные центры предлагают тематические зоны развлечений. Это могут быть специализированные места, основанные на конкретной тематике, такие как игровой городок, мир приключений, частные парки видов спорта и т.д.

3) Активити-парки. Активити-парки - это места для проведения активных игр и развлечений на свежем воздухе, такие как веревочный парк с препятствиями, тропические острова для игр под дождем и солнцем.

4) Игровые комнаты. Игровые комнаты обычно созданы для молодежи и взрослых. Они предлагают настольные игры, настольный хоккей, воздушный хоккей, зоны виртуальной реальности и многое другое.

5) Батутные парки. Батутный парк представляет собой большой зал, в котором есть множество трасс, оснащенных трамплинами различной высоты и поверхностями, а также установлены безопасные батуты.

6) Город профессий. Города профессий создают маленькие детские городки, в которых дети могут испытать навыки и профессии как в офисе, так и на улице. Городки хорошо предусмотрены для развития социальных навыков чрезвычайно маленьких детей.

7) Тематический аркадный парк. Аркадный парк — это зона с аттракционами прежде всего для подростков, отличающиеся игровой тематикой, и направленные на общение современной молодежи.

8) Семейное кафе. Это место, где посетители не только могут поесть, но и наслаждаться различными развлекательными программами, такими как застольные игры, интерактивные выступления, представления и другие [13].

Кроме выше перечисленного, к развлекательным центрам также относятся: ночной клуб, батутный центр, бильярдный зал, бар, пляжный комплекс, боулинг, казино.

Итак, развлекательный центр - это не просто магазин. Он объединяет несколько интересных мест и предлагает посетителям различные виды досуга. Взрослые могут посмотреть фильм в кинотеатре или пообедать в зоне питания, а дети - поиграть на детской площадке. В центре всегда есть выбор, что делать и как провести время. Некоторые из них даже предлагают боулинг, караоке, бильярд и тому подобное. На таких местах люди общаются, проводят время с друзьями и наслаждаются атмосферой. Развлекательный центр привлекает не только клиентов, желающих купить товары, но и тех, кто хочет развлечься и получить удовольствие от отдыха на выходных. Кроме того, он удобен для тех, кто любит сокращать время, где можно сделать покупки и отдохнуть в одном месте. Для того, чтобы развлекательный центр приносил прибыль, необходима эффективная система продвижения. Рассмотрим основные виды рекламы в следующем параграфе.

1.2. Виды рекламы и успешная практика рекламирования развлекательных центров

В местах большого скопления людей можно устанавливать самые популярные виды внутренней рекламы. Это, прежде всего:

1) Подвесные рекламные конструкции, которые не занимают много места. Они свисают с потолка, создавая атмосферу праздника. Рекламодатели часто изготавливают макеты продукции, которую они продают и используют их в качестве рекламных конструкций.

2) Брендинг входных дверей, вестибюля, фойе, окон и подъездных путей развлекательного центра.

3) Размещение плакатов, ситилайтов, лайтбоксов, афиш.

4) Прикрепление указателей, которые информируют посетителей о том, куда им нужно двигаться.

5) Наружная реклама на фасаде здания в виде брэндмауэров, баннеров, штендеров, флагов, щитов.

6) Брендинг лестничных пролетов и эскалаторов.

7) Установка видеозэкранов, электронных табло, бегущих строк, оповещающих посетителей о том или ином мероприятии.

Также невозможно не отметить эффективность проведения в развлекательных учреждениях промо-акций, презентаций, дегустаций продукции, показов моделей, выставок. Все эти рекламные действия направлены на привлечение внимания к продукции и к самой организации как можно большего количества посетителей. Аудио и видео-реклама на информационных табло и реклама на транспортных средствах также играет важную роль в продвижении развлекательного центра.

А) Аудио и видео-реклама на информационных табло. Отдельно стоит отметить высокую эффективность современных рекламных средств оповещения, к которым относятся цифровые электронные табло, видеозэкраны, интерактивные панели или лайтбоксы, с помощью которых практически все по-

сетители заведений могут получить нужную им информацию. К примеру, установленные в фойе информационные табло, позволяют вновь пришедшим посетителям быстрее разобраться, куда им нужно идти, как найти необходимый зал или отдел, во сколько начнется нужное мероприятие и пр.

Также они самостоятельно могут подойти к интерактивной панели и найти нужную им информацию.

Звуковые рекламные сообщения в развлекательных центрах можно сочетать с другими полезными оповещениями.

Б)Реклама на транспортных средствах, доставляющих посетителей. Иногда, чтобы привлечь внимание жителей города, ТРЦ запускают маршрутные автобусы, которые бесплатно доставляют пассажиров к развлекательному центру. Такие транспортные средства также можно брендировать, рассказывать в них о разнообразных мероприятиях, проводящихся выставках, конкурсах, встречах.

Если развлекательный центр большой, то внутри него также запускают небольшие автобусы или детские автомобили, которые доставляют пассажиров к разным разделам центра. Здесь тоже можно использовать рекламные наклейки, надписи, краткую информацию о развлечениях и видах услуг.

В)Реклама в развлекательных центрах считается одним из самых эффективных способов вложения средств в рекламный бюджет. При этом, лучшими местами для рекламы в развлекательных центрах являются: фойе и вестибюли, куда приходят посетители; гардеробные и общие помещения; кабинки лифта, в которых посетители поднимаются на нужный им этаж; места ожидания, где установлены диваны, скамейки, кресла; поручни и боковые части эскалаторов; перила на лестницах; мебель, установленная в кафе и ресторанах на территории развлекательных центров.

Цель любого развлекательного центра - привлечь новых посетителей. Это можно сделать, обратившись к ним напрямую и задействовав такие механизмы продвижения как:

-информирование в социальных сетях, в том числе при помощи акций «сфотографируйтесь, поставьте хэштег и получите приз»;

-проведение интересных мероприятий, приуроченных к актуальным для целевой аудитории праздникам: Первое сентября, Новый год, 23 Февраля и т. д.;

-организация соревнований и конкурсов - например, если речь идёт о продвижении батутного парка, где выступают акробаты;

- раздача флаеров и листовок;

- сотрудничество с фудкортами и корнерами, проведение совместных мероприятий и рекламных кампаний(если развлекательные центры совмещаются с торговыми);

-реклама в лифтах и подъездах жилых домов, с которой потенциальные клиенты сталкиваются напрямую[7].

Реклама в лифтах - это размещение объявлений на информационных стендах в лифтовой кабине. Макеты располагаются на рамке под прозрачным оргстеклом на уровне глаз человека среднего роста, а специально разработанные объявления быстро и эффективно привлекают внимание. Они содержат заголовок, сообщение, уникальное предложение, красочную иллюстрацию и призыв к действию - и работают, приводя в развлекательный центр новых клиентов[3].

Преимущества рекламы в лифтах: прямой контакт с потенциальным клиентом - жителем многоквартирного дома; многократные контакты с жильцами и гостями дома; возможность размещать объявления точно, в пределах района, и по всему городу. Реклама в лифтах выгодна и владельцам бизнеса - цена одного контакта минимальная, при этом жители и гости дома будут видеть объявление ежедневно, при каждой поездке в лифте.

Итак, выше были рассмотрены основные виды рекламы для продвижения развлекательного центра. Рассмотрим примеры успешных кейсов рекламы развлекательных центров в лифтах.

1)Реклама в лифте семейного активити- парк Superland. Развлекательный центр размещался в формате А5, предоставив собственный макет, на котором посетителям предлагалось посетить игровую зону, пообедать в семейном кафе и разместиться в домиках. Кампания принесла отличный результат - трафик увеличился на 20%, причём привела их, судя по опросам посетителей, именно реклама в лифтах, рисунок 1.



Рисунок 1-Реклама семейного активити- парк Superland [3]

2)Реклама в лифте Батутного парка Fly zone, рисунок 2.



Рисунок 2- Реклама батутного парка Fly zone[3]

Батутный парк Fly zone в Краснодаре размещался в лифтах с декабря по апрель, с собственным макетом, в рамках комплексной рекламной кампании с вовлечением рекламы в лифтах, наружной рекламы и радио. По словам менеджеров, поток новых клиентов был настолько большим, что развлекательный центр даже не мог оказать всем желающим услугу в полной мере, рисунок 2.

3)Реклама в лифте батутного парка «Сфера». Батутный парк «Сфера» из Ростова-на-Дону заказал размещение рекламы в честь открытия на протяжении пяти месяцев в трёх районах города. Результатом стал стабильный поток клиентов, рисунок 3.



Рисунок 3- Реклама батутного парка «Сфера» [3]

4)Детский клуб «Игродом» использовал специальный пароль на макете, чтобы отслеживать новых посетителей. Развлекательный центр размещался в лифтах Западного микрорайона Ростова-на-Дону, результатом кампании стали новые клиенты, рисунок 4.



Рисунок 4-Реклама детского клуба «Игродом» [3]

И детские клубы, и батутные парки, и семейные развлекательные центры великолепно продвигаются через рекламу в лифтах. Также были рассмотрены и другие способы рекламирования услуг развлекательных центров. Для того, чтобы разработать концепцию рекламной кампании для развлекательного центра, перейдем к следующей главе реферата.

ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ ДЕТСКОГО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА

2.1. Общая характеристика и виды детских развлекательных центров

Рынок детских игровых центров представляет собой перспективное направление для бизнеса. Стабильный рост спроса, доступность услуг и потребность в разнообразных форматах центров делают данный сегмент привлекательным для инвесторов и предпринимателей.

Детские игровые центры предоставляют разнообразные виды развлечений для детей и подростков.

Основные типы детских игровых центров, представленных на рынке, включают: игровые аттракционы и кинотеатры, образовательные центры, интерактивные игровые центры, специализированные центры для младенцев и детей с особыми потребностями, таблица 1.

Таблица 1 -Основные типы детских игровых центров

№ п/п	Типы детских игровых центров	Описание
1	Игровые аттракционы и кинотеатры	Этот формат центра предоставляет широкий спектр аттракционов, от каруселей и горок до кинозалов с премьерными детскими фильмами.
2	Образовательные центры	Эти центры ориентированы на развитие интеллектуальных навыков детей, предоставляя курсы по наукам, искусствам, математике и другим образовательным предметам.
3	Интерактивные игровые центры	Сфера виртуальной реальности, где дети могут погрузиться в мир компьютерных игр и образовательных симуляторов.
4	Специализированные центры для младенцев и детей с особыми потребностями	Такие центры предлагают специально разработанные зоны и услуги для самых маленьких детей или детей с особыми требованиями к развлечениям.

Существует ряд факторов, которые снижают или подтверждают востребованность развития детских игровых центров: демографический фактор, смена потребительского поведения, популярность многодетных семей, социокультурные факторы.

1) Демографический фактор. Снижение рождаемости населения может не обеспечивать стабильный спрос на услуги для детей.

2) Смена потребительского поведения. Родители все более склонны вкладывать средства в развитие своих детей, и детские игровые центры становятся важной частью этого процесса.

3) Популярность многодетных семей. Повышенная демографическая активность семей с несколькими детьми способствует увеличению спроса на семейные развлечения.

4) Социокультурные факторы. С учетом современных тенденций, связанных с образом жизни, семьи все более склонны искать места, где их дети могут провести качественное время, а также приобрести образовательные и социальные навыки.

Выбор локации для детского игрового центра – один из ключевых аспектов успешной эксплуатации предприятия. Размещение центра должно учитывать ряд факторов, которые обосновывают оптимальность выбранной локации:

А) Доступность для целевой аудитории. Локация должна быть легко доступной для целевой аудитории, которой являются семьи с детьми. Это означает, что она должна находиться в близкой доступности от жилых районов и общественного транспорта.

Б) Безопасность и экологическая обстановка. Важно учесть безопасность местоположения, а также обеспечить благоприятную экологическую обстановку для детей и их родителей.

В) Конкурентная среда. Анализ конкурентной среды поможет избежать сильной конкуренции со схожими предприятиями и определит наличие неудовлетворенного спроса в выбранной локации.

Г) Инфраструктура. Локация должна обеспечивать необходимую инфраструктуру для бизнеса, включая электроснабжение, водоснабжение, канализацию, интернет и другие коммунальные услуги.

Оптимальная площадь для детского игрового центра зависит от конкретных бизнес-плана и концепции, но рекомендуется следующее:

Площадь для игровых зон. Большая часть площади (примерно 70-80%) должна быть выделена под игровые зоны, включая игровые площадки, аттракционы, лабиринты и другие развлекательные объекты.

Площадь для кафе и отдыха. Около 10-15% площади.

Площадь для образовательных и творческих зон. Дополнительно можно предусмотреть площадь для образовательных занятий и творческих мастерских.

Помещения для службы безопасности и обслуживания. Необходимо учесть наличие помещений для службы безопасности, складских помещений и комнат для персонала.

Средняя площадь для детского игрового центра составляет от 800 до 1500 квадратных метров. Это позволяет предоставить разнообразные развлекательные и образовательные услуги, а также обеспечить комфортное пребывание для детей и их родителей[6].

Детский развлекательный центр - это пространство для активного отдыха, где дети могут весело проводить время, общаться со сверстниками и развиваться в игровой форме. К основным преимуществам детских развлекательных центров относятся: полезное времяпрепровождение, физическая активность, развитие социальных навыков, безопасность и комфорт, таблица 2.

Для того чтобы детский развлекательный центр был популярным и привлекал к себе как можно больше посетителей, необходима не только активная реклама центра, но и ассортимент услуг, которые предоставляет центр. В развлекательном комплексе должен быть оснащенный кинотеатр, а также кафе или ресторан. Важное значение имеют также тематические зоны, например, музей или галерея, где дети смогут познакомиться с историей и культурой разных стран. Очень важна безопасность и комфортность посетителей, поэтому необходимо следить за порядком и чистотой, установить до-

полнительное освещение и легкодоступные кнопки экстренной остановки всех аттракционов.

Таблица 2- Преимущества детских развлекательных центров[4]

№ п/п	Преимущества	Описание
1	Полезное времяпрепровождение	Детский развлекательный центр предлагает детям не только весело проводить время, но и обучаться в игровой форме. Например, такие развлечения, как лабиринты, головоломки и квесты, помогают развиваться логическому мышлению и эрудиции.
2	Физическая активность	В детских развлекательных центрах предусмотрено множество аттракционов, которые способствуют развитию координации движений, гибкости и силы.
3	Развитие социальных навыков	В центрах дети могут пообщаться со сверстниками, а также научиться уважительно относиться к незнакомым людям и соблюдать правила поведения в общественных местах.
4	Безопасность и комфорт	В детских развлекательных центрах всегда предусмотрены сотрудники, которые следят за порядком и безопасностью детей, а также создана комфортная атмосфера и детская анимация.

Итак, детские развлекательные центры предоставляют неограниченные возможности для игры, общения и развития. Большинство центров предоставляют услуги по присмотру за детьми и заботятся о безопасности гостей и комфорте их пребывания. В детских развлекательных центрах всегда найдется занятие на любой вкус и возраст: от аттракционов до мюзиклов, от игр на свежем воздухе до головоломок и квестов. В целом, создание и управление детским игровым центром представляет собой перспективный и востребованный бизнес-проект. Однако, успешное внедрение требует тщательного анализа рынка, разработки уникального бизнес-плана, обеспечения безопасности и качества предоставляемых услуг, а также эффективного маркетинга и управления ресурсами. Для продвижения услуг детского развлекательного центра, необходима эффективная рекламная кампания, рассмотрим этот вопрос в следующем параграфе.

2.2. Разработка концепции рекламной компании детского развлекательного центра

Концепция рекламной кампании – это общее представление о рекламной кампании. Концепция рекламной кампании включает: рекламную идею; рекламную аргументацию; особенности рекламных сообщений; обоснование выбора средств распространения рекламы; тип и логику рекламной кампании с учетом маркетинговых задач рекламодателя[5].

Продвижение детского развлекательного центра - это ключевой аспект успешного бизнеса, который требует тщательного планирования и стратегического подхода. Основными элементами эффективного маркетинга детского развлекательного центра являются:

1)Создание привлекательного веб-сайта: Он должен быть информативным, удобным в использовании и привлекательным для целевой аудитории. На сайте необходимо размещать информацию о предлагаемых услугах, ценах, акциях, а также фотографии и отзывы довольных клиентов.

2)Использование социальных сетей: Активное присутствие в социальных сетях позволит привлечь внимание родителей. Необходимо публиковать фото и видео контент, информацию о предстоящих мероприятиях, проводить конкурсы и акции.

3)Организация мероприятий и тематических праздников: Проведение интересных мероприятий и праздников поможет привлечь новых посетителей. Необходимо разрабатывать разнообразные программы для детей разного возраста.

4)Сотрудничество с детскими организациями и школами: Необходимо установить партнерские отношения с детскими садами, школами и другими учебными заведениями. Это поможет расширить аудиторию и привлечь новых клиентов.

5)Рекламные кампании: Использование различных каналов рекламы - от наружной рекламы до интернет-рекламы.

6) Программы лояльности и скидки: Необходимо предлагать постоянным клиентам скидки и бонусы за посещение центра. Это поможет удерживать клиентов и привлечь новых.

7) Участие в выставках и ярмарках: Необходимо принимать участие в детских выставках и ярмарках, где можно представить свой центр широкой аудитории.

8) Обратная связь: Важно уделять внимание отзывам клиентов и оперативно реагировать на них. Положительные отзывы помогут привлечь новых посетителей[4].

Каналы для продвижения детского развлекательного центра можно разделить на два вида: онлайн и офлайн. Рассмотрим подробнее.

1) Онлайн каналы для продвижения ДРЦ.

ВКонтакте. Создание страницы и группы в социальной сети ВКонтакте позволяет привлечь большое количество пользователей, а также использовать рекламные возможности платформы (ретаргетинговая реклама).

YouTube. Интересные и красочные видеоролики помогут привлечь внимание родителей и детей. Для этого можно использовать разные форматы видео, в том числе короткие сторис.

Telegram. Популярный мессенджер, с помощью которого можно делать рассылки по базе клиентов, завести канал и продвигать его.

Viber, WhatsApp, E-mail-рассылка. Помогут оповещать клиентов о предстоящих мероприятиях, скидках и акциях детского торгового центра.

Яндекс. Услуги, Яндекс. Карты, Google Maps, 2ГИС, Региональные карты и справочники. Регистрация развлекательного центра на платформах позволяет повысить видимость и доступность для потенциальных клиентов. Регулярное добавление отзывов в карточки организации, позволит повысить рейтинг и увеличить лояльность к ДРЦ.

Региональные онлайн СМИ. Размещение рекламы в региональных онлайн СМИ позволяет достичь широкой аудитории в конкретном регионе.

Региональные тематические паблики и группы. Реклама в пабликах и группах, посвященных детским развлечениям, позволяет привлечь целевую аудиторию.

Сайты купонов. Сотрудничество с сайтами купонов позволяет привлечь новых клиентов и повысить узнаваемость развлекательного центра.

Ответы Mail.ru, Яндекс Кью. Активность на платформах позволяет демонстрировать экспертность в области детских развлечений и привлекать внимание пользователей.

Яндекс.Дзен. Создание канала в Яндекс.Дзен позволяет делиться полезной информацией и привлекать целевую аудиторию.

Собственный сайт. Создание и оптимизация сайта развлекательного центра позволяет привлекать клиентов из поисковых сетей Яндекс и Google, предоставить информацию о услугах, акциях и контактах.

Яндекс. Директ. Реклама в поисковой системе Яндекс позволяет привлечь целевую аудиторию, которая активно ищет развлекательные центры для детей[11].

2) Офлайн каналы для продвижения ДРЦ.

Вывески. Создание привлекательных вывесок, которые привлекут внимание проходящих мимо целевой аудитории.

Лифты. Размещение рекламных плакатов в лифтах, чтобы привлечь внимание людей во время их перемещения.

Общественный транспорт. Размещение рекламы в самых длительных маршрутах общественного транспорта, которые проезжают мимо развлекательного центра.

Личный транспорт. Наклейка собственного автомобиля рекламой, чтобы привлечь внимание водителей и пешеходов.

Щиты. Размещение рекламы на билбордах и щитах, которые находятся по маршруту заезда к развлекательному центру.

Растяжки. Размещение рекламных растяжек на фасаде торгового центра, где расположен развлекательный центр.

Штендеры и указатели. Постановка штендеров и указателей, указывающих направление к развлекательному центру.

ТВ. Рекламные ролики на местном телевидении, чтобы достичь широкой аудитории родителей и детей.

Радио. Реклама на радиостанциях, где преобладает детская аудитория и аудитория родителей.

Раздача листовок, флаеров, купонов. Организация работы промоутеров для раздачи рекламных материалов.

Городские детские мероприятия. Участие в выставках, соревнованиях, экскурсиях и других городских мероприятиях.

Размещение рекламных в общественных местах. Размещение рекламы в детских садах, мини-зоопарках, цирках, детских парикмахерских и других местах, где собирается целевая аудитория.

Партнеры. Сотрудничество с другими бизнесами для взаимопиара, например, организация совместных акций или предложение скидок для клиентов партнерских компаний[11].

Рекламные роботы промоутеры. Рекламный робот – инновационный продукт, который успешно применяется на различных мероприятиях развлекательного, образовательного и рекламного характера. Устройство обеспечивает неформальную обратную связь с аудиторией. В процессе работы накапливается информация для последующего анализа. В соответствии с полученными данными редактируется контент проморобота, рисунок 5.

Основными преимуществами рекламного робота являются следующие:

А)Рекламный робот привлекает внимание аудитории и собирает ее вокруг себя. Участники мероприятия стремятся рассмотреть устройство, пообщаться с ним, узнать полезную информацию и сфотографироваться.

Б)Отсутствует человеческий фактор. Машина готова отвечать на вопросы весь день, не ощущая усталости.

В)Простое и понятное обслуживание. Требуется заряжать аккумуляторы и следить за актуальностью контента.

Г) Можно использовать интерактивного помощника, управляя им через систему удаленного доступа[1].



Рисунок 5-Фото роботов- промоутеров[1]

Робот-промоутер выполняет функции аниматора. Реализуя заложенную программу, робот отвечает на вопросы, выдает рекламную информацию, развлекает аудиторию. Рекламный робот распознает и запоминает около ста тысяч лиц. В зависимости от установленного контента может разговаривать на различных иностранных языках. В программе используется более десятка тысяч речевых модулей, что позволяет сделать общение логичным, интересным и информативным. При работе с целевой аудиторией можно использовать систему управления в удаленном доступе.

Кроме выше перечисленного, для рекламы развлекательного центра могут применяться роботизированные фигуры. Роботизированные фигуры позволяют привлечь внимание посетителей, позволяют расширить представления детей об окружающем мире посредством использования интерактивных технологий; позволяют увеличивать трафик за счет добавления WOW-эффекта в существующий бизнес или в рекламную кампанию.

На сегодняшний день, мало компаний, которые занимаются производством роботизированных фигур, одной из них является: AviraKids. Это крупнейший российский завод-изготовитель детского развлекательного оборудования. Одно из направлений компании - это проектирование и производство роботов аниматроников для развлекательной, образовательной и рекламной сферы, рисунок 6.

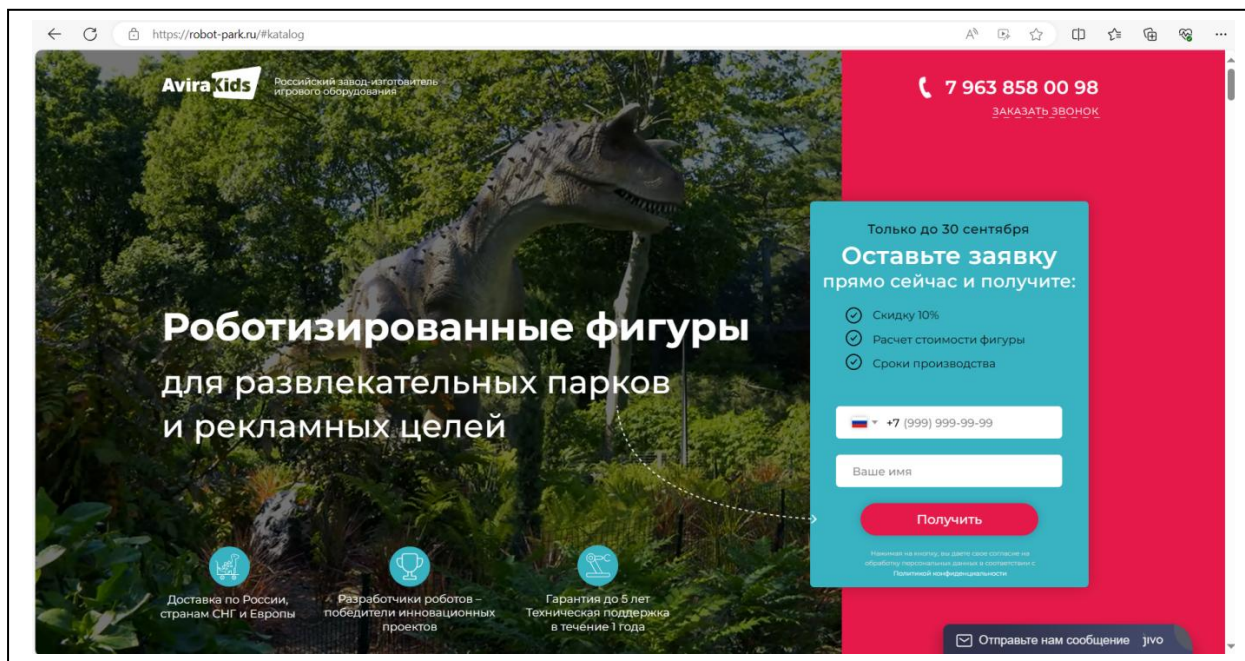


Рисунок 6- Фото сайта компании AviraKids[9]

Компания AviraKids может выполнить различные роботизированные фигуры: динозавры, животные, драконы, морские обитатели, насекомые и другое, рисунок 7.

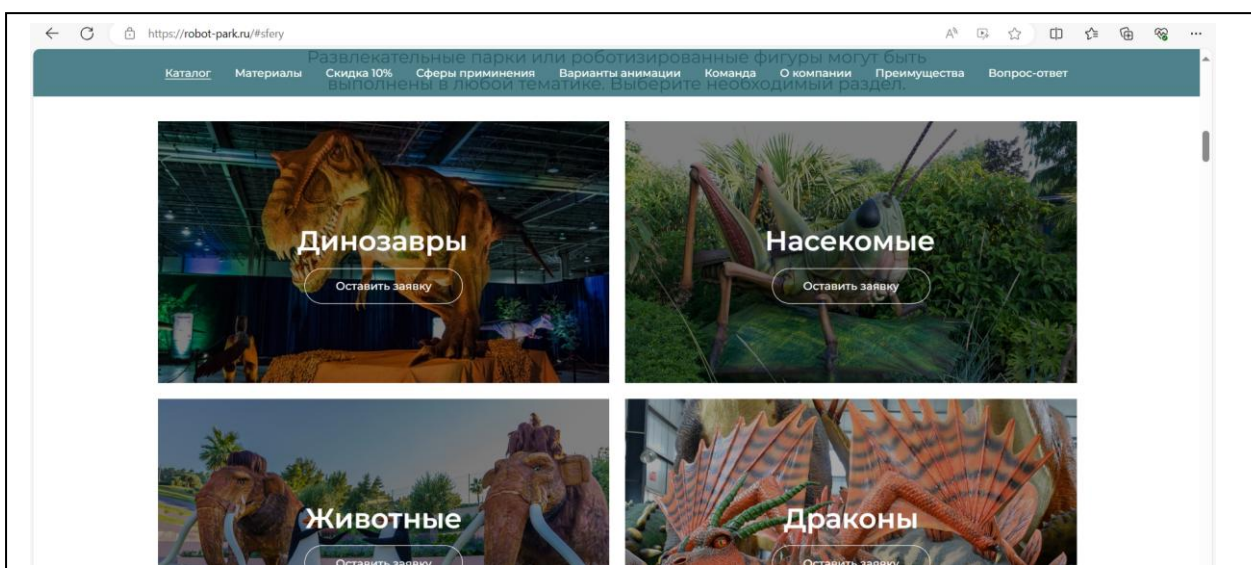


Рисунок 7- Виды роботизированных фигур компании AviraKids[9]

Сферами применения роботизированных фигур являются: парки, кафе, отели, реклама и промо мероприятия; декорации, музеи и зоопарки, рисунок 8.

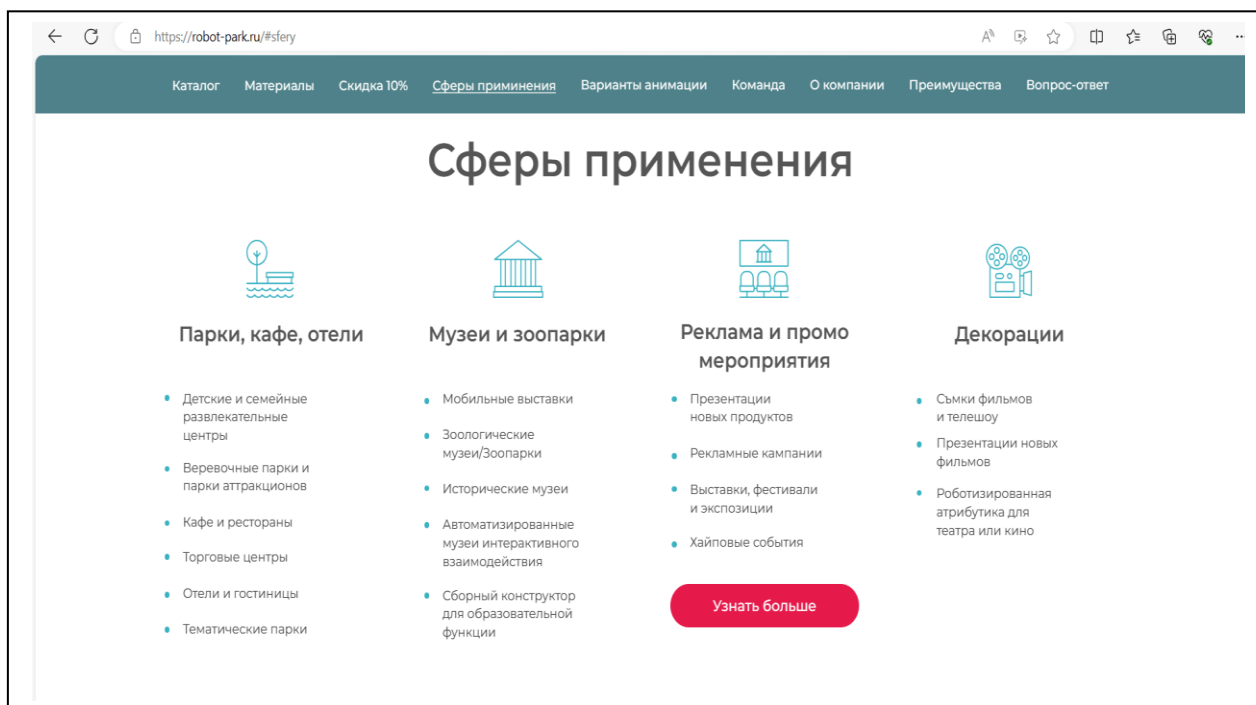


Рисунок 8- Сферы применения роботизированных фигур компании AviraKids[9]

Роботы промоутеры и роботизированные фигуры могут быть хорошим дополнением в рекламе детского развлекательного центра. Не менее важными является и иные, выше описанные рекламные мероприятия, которые целесообразно осуществлять как в онлайн, так и в офлайн среде.

Продвижение детского развлекательного центра - это непростая задача, но при правильном подходе и стратегии можно добиться успеха. Стоит экспериментировать с рекламой детского развлекательного центра и адаптировать стратегию в соответствии с изменениями на рынке и потребностями клиентов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развлекательный центр представляет собой современный формат торгового центра. В него помимо торговых площадей включается специфическая развлекательная составляющая. В настоящее время в таких центрах есть кинотеатр, детские зоны, игровые площадки, зоны отдыха и множество других аттракционов и развлечений. В развлекательных центрах можно не только заняться шоппингом, но и провести время с друзьями и семьей. Зачастую эти центры имеют огромный выбор кафе и ресторанов с различными кухнями мира. Разнообразие развлечений, а также комфортная атмосфера делают посещение развлекательных центров одним из самых популярных развлечений. Это отличное место для проведения свободного времени и отдыха с семьей или друзьями.

В реферате была рассмотрена рекламная концепция по продвижению детского развлекательного центра. В настоящее время, продвижение ДРЦ может осуществляться как в онлайн, так и в офлайн среде. При этом, основными каналами онлайн продвижения является: создание собственного сайта, продвижение в социальных сетях, Яндекс. Директ, Яндекс.Дзен, региональные тематические паблики и группы, Telegram, Viber, WhatsApp, E-mail-рассылка и др.

В офлайн среде для детского развлекательного центра основными каналами будет являться: вывески, лифты, общественный транспорт, штендеры и указатели, ТВ, радио, раздача листовок, флаеров, купонов; детские мероприятия; роботы промоутеры, роботизированные фигуры.

Одной из эффективных видов офлайн рекламы является реклама в лифтах. Однако, постоянно появляются новые способы рекламы, поэтому реклама с помощью роботов-промоутеров или роботизированных фигур- также имеет большие перспективы для продвижения детского развлекательного центра. Постоянное изучение новых видов продвижения и внедрения их на практике, позволят увеличить поток клиентов компании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Возможности использования рекламных роботов в бизнесе. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://event-tech.org/blog/vozmozhnosti-ispolzovaniya-reklamnykh-robotov-v-biznese/?ysclid=lwcwsako1y954745294>(дата обращения: 10.05.2024). – Текст: электронный.

2. Концепция развлекательного центра. Режим доступа: по подписке. - URL: <http://www.kinocreativ.ru/kontsepsiya-razvlekatelnogo-tsentra>(дата обращения: 06.05.2024). – Текст: электронный.

3. Как рекламировать развлекательные центры. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://rus-media.pro/articles/kak-reklamirovat-razvlekatelnye-tsentry-na-primere-keysov-rusmedia?ysclid=lvyhj8ef40181961578>(дата обращения: 07.05.2024). – Текст: электронный.

4. Как сделать ваш детский развлекательный центр популярным: 8 эффективных стратегий! Режим доступа: по подписке. - URL: <https://unitramp.ru/statii-batutnyij-biznes/kak-sdelat-vash-detskij-razvlekatelnyj-centr-populyarnym-8-effektivnyh-strategij>(дата обращения: 03.05.2024). – Текст: электронный.

5. Концепция рекламной кампании. Что нужно знать о ней. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://malbusiness.com/kontsepsiya-reklamnoy-kampanii-cto-nuzhno-znat-o-ney/?ysclid=lwcxt4mcfx842338706>(дата обращения: 07.05.2024). – Текст: электронный.

6. Как открыть детский игровой центр - бизнес план с расчетами на 2024 год. Режим доступа: по подписке. - URL: https://hf.ru/blog/open/detskij_igrovoy_tsentr?ysclid=lwcy3dij10520480926(дата обращения: 08.05.2024). – Текст: электронный.

7. Продвижение развлекательных центров. Реклама и маркетинг объектов индустрии развлечений. Режим доступа: по подписке. - URL:

<https://primad.ru/index.php/uslugi/prodvizhenie/priodvizhenie-razvlekatelnogo-parka>(дата обращения: 10.05.2024). – Текст: электронный.

8.Реклама в эпоху цифровой трансформации. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://afftimes.com/articles/reklama-v-epohu-tsifrovooy-transformatsii>(дата обращения: 10.05.2024). – Текст: электронный.

9.Роботизированные фигуры для развлекательных парков. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://robot-park.ru/>(дата обращения: 10.05.2024). – Текст: электронный.

10.Реклама в развлекательных центрах. Размещение рекламы в развлекательных центрах. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://www.mosoblreclama.ru/states/reklama-razvlekatelnye-centry> (дата обращения: 10.05.2024). – Текст: электронный.

11. ТОП-33 способов продвижения детского развлекательного центра. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://go-rizont.ru/articles/top-33-sposobov-prodvizheniya-detskogo-razvlekatelnogo-centra>(дата обращения: 10.05.2024). – Текст: электронный.

12.Что такое развлекательный центр. Развлекательный центр: соотношение торговых площадей и развлекательной составляющей. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://telegra.ph/CHto-takoe-razvlekatelnyj-centr-Razvlekatelnyj-centr-sootnoshenie-torgovyh-ploshchadej-i-razvlekatelnoj-sostavlyayushchej-04-18>(дата обращения: 05.05.2024). – Текст: электронный.

13.Что есть в развлекательном центре. Развлекательный Центр: Как выбрать формат и что предложить своим клиентам. Режим доступа: по подписке. - URL: <https://telegra.ph/CHto-est-v-razvlekatelnom-centre-Razvlekatelnyj-Centr-Kak-vybrat-format-i-cto-predlozhit-svoim-klientam-04-20>(дата обращения: 02.05.2024). – Текст: электронный.