

САЙТ ТЕАТРАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОЕКТ ИЗМЕНЕНИЙ



Хлебович Дарья Игоревна,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и сервиса, Байкальский государственный университета; 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11
daria.khlebovich@gmail.com



Сергушкина Ирина Викторовна,

Специалист по маркетингу, Иркутский областной театр юного зрителя им. А. Вампилова; 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 23
irinam.i@mail.ru

Статья посвящена практике реализации проекта изменений сайта театральной организации (Театр Юного Зрителя им. А. Вампилова, г. Иркутск). Сайт как элемент коммуникационной системы в целом и веб-ресурсов в частности выполняет важнейшие маркетинговые функции, обеспечивает эффективное и часто персонализированное взаимодействие организации с потребителями. Динамичное конкурентное окружение театра приводит к необходимости разработки и реализации проектов изменений, связанных с выбранными стратегическими альтернативами развития. Актуальным становится учет специфики сайтов театральных организаций, контента, выполняемых ими функций.

Выполненный SWOT-анализ и сформированная матрица решений позволили установить, что для театра необходимо увеличение информационного присутствия в городском пространстве, повышение узнаваемости и поддержание правильного позиционирования среди целевых аудиторий. Были определены предпосылки для проекта изменений сайта посредством оценки мнений зрителей, экспертов, конкурентного анализа, аудита старого сайта.

Для создания обновленного сайта театра был использован стандартный алгоритм, однако на каждом из его этапов были учтены потребности целевых аудиторий, имиджевое, а не продающее, назначение сайта, уникальность театрального предложения. Поскольку театр – некоммерческая организация, то стояла задача минимизации бюджета проекта, поэтому был выполнен сравнительный анализ трех вариантов реализации проекта.

Преимущества обновленного сайта как для самой театральной организации, так и для зрителей, состоят в удобстве использования, в контенте, современном дизайне, в возможности коммуникаций со зрителем, формате и презентации репертуара.

Совершенствование информационного обеспечения деятельности театра и продвижение на рынок современного веб-ресурса поддержит конкурентное позиционирование учреждения культуры. Замеры показателей функционирования сайта помогут в дальнейшем оценить эффективность изменений и принять решения о мероприятиях по поддержке или улучшению веб-ресурса.

Ключевые слова: веб-ресурс; проект; сайт; театр; эффект.

Сегодня для достижения тактических и стратегических целей организации важно создавать и продвигать на целевой рынок не только товары и услуги («ценность» в ее классическом понимании), но и веб-ресурсы. Информационные технологии в целом рассматриваются как эффективный инструмент ведения конкурентной борьбы [1]. Интернет-маркетинг становится важным направлением маркетинговых инвестиций, роль интернет-коммуникации в структуре инструментов интегрированных маркетинговых коммуника-

ций возрастает. С 2006–2007 гг. произошло перераспределение бюджетов: начали динамично развиваться виртуальные средства продвижения, и руководители распознали и приняли во внимание нарастающую экспансию веб-пространства [2]. Доля организаций, имеющих сайт, устойчиво увеличивается в течение ряда лет*.

Ключевое решение, принимаемое сегодня в отношении сайта организации, уже не сводится к альтернативе «создавать/не создавать», а сосредоточено на достижении максимизации его эко-

номической и маркетинговой эффективности, высокого уровня клиентоориентированности страниц сайта.

Объектами для разработки становятся сайты как коммерческих, так и некоммерческих организаций, в том числе, учреждений образования и культуры. Так, в г. Иркутске новые коммуникационные технологии, являющиеся частью более масштабных инновационных проектов, внедряются в работу музеев [3], организации социальной сферы создают сайты, отличающиеся значительной

* Информационное общество [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science_and_innovations/it_technology/# (18.03.2019).