



# ПРОДВИЖЕНИЕ ТЕАТРА ОПЕРЫ И БАЛЕТА

в соответствии со стратегией государственной культурной политики  
с учетом целей, задач и ключевых ориентиров

**Концепция перспективного решения**

Культура России – такое же ее достояние, как и природные богатства.

В современном мире культура становится значимым ресурсом социально-экономического развития.

На протяжении всей отечественной истории именно культура сохраняла, накапливала и передавала новым поколениям духовный опыт нации, свод моральных, этических и эстетических ценностей, составляющих ядро национальной самобытности.

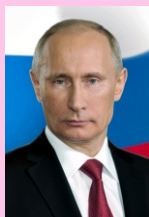
A stylized map of Russia in shades of blue and green, serving as a background for the text.

Опасные проявления для будущего России:

- снижение интеллектуального и культурного уровня общества;
- атомизация общества – разрыв социальных связей (дружеских, семейных, соседских)
- девальвация общепризнанных ценностей и искажение ценностных ориентиров;
- рост агрессии и нетерпимости, проявления асоциального поведения;

## Ключевые цели, задачи и приоритетные направления

- формирование единого культурного пространства и гармонично развитой личности;
- укрепление нравственных ценностей и гражданской идентичности;
- использование потенциала культуры для гармонизации общественных отношений
- сохранение исторического и культурного наследия;
- обеспечение гражданам доступа к знаниям, информации и культурным ценностям.

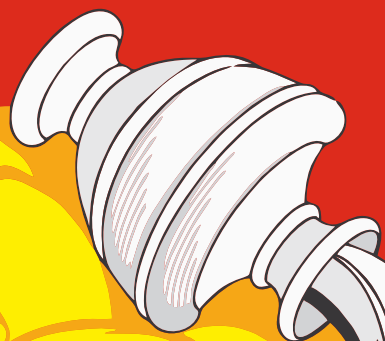


«нам предстоит на деле вывести культуру на высоту общественного предназначения, добиться, чтобы она действительно стала естественным регулятором жизни, определяла поведение, поступки людей, влияла на их отношение к своей стране, семье, воспитанию детей».

В. В. Путин

# Воронеж город \*жлобов? Или все таки **нет...**

\*Это название идет со времен Петра Великого.  
На берегу реки Воронеж была корабельная верфь,  
где строили корабли для азовского похода.  
Корабли с верфи на воду спускали по желобам.  
Корабли соскальзывал по жёлобу на воду.  
Из-за этих желобов воронежцев и стали величать жлобами.  
Лишь позже это слово приобрело отрицательный оттенок  
"несусветной жадности»



# ВОРОНЕЖ

Культурная  
столица  
Черноземья





# Театр Оперы и Балета как инструмент социальных изменений

Искусство, которое учит быть человеком,  
чувствовать и сопереживать,  
жить в гармонии с другими

(Сопереживание – не только сочувствие,  
это интеллектуальное, эстетическое  
и нравственное понятие).

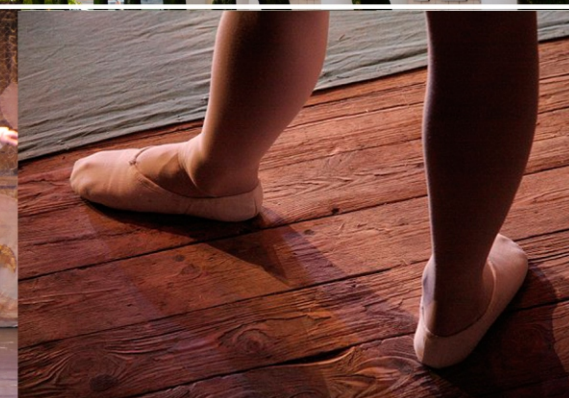
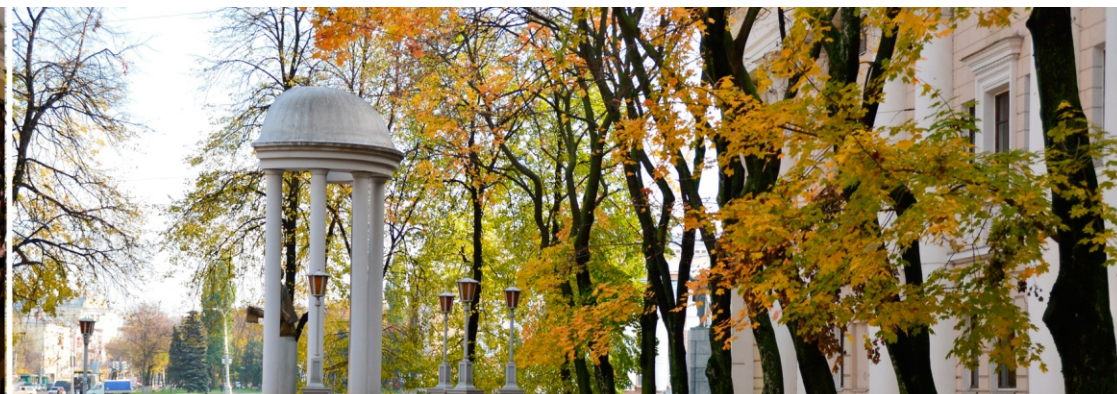






За более чем 44 года работы театра на его сцене были поставлены более 200 спектаклей из классического оперного и балетного репертуара.

Современный репертуар имеет более 40 названий из русской и зарубежной классики, а также произведения современников.



## АУТЕНТИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО



Основанный в 1931 году как Театр музыкальной комедии





# 25-30

Представлений в месяц

# 1073 места

Вместимость зала

# 30 000

Ориентировочный  
ежемесячный потенциал  
посетителей

На данный момент не реализуется  
порядка 50%

В регионе накоплен огромный опыт и экспертный состав в сфере культуры и искусства. В тоже время театры и музеи не так популярны..

- ✓ У нас самая богатая в Черноземье программа и сеть театров, музеев, библиотек, филармоний и маленьких частных театров и музеев.
- ✓ Есть богатая история и настоящие достижения культуры
- ✓ В обществе есть запрос на изменения, на новые события и движение ВПЕРЕД
- ✓ Воронежцы желают культурно проводить досуг

!?

**...но в информационном пространстве преобладает коммерция, кино, концерты, фудкорт, бары - это модно**



Отличное месторасположение театра,  
но современный мир диктует свои правила  
и теперь условно «Тот кто не оцифрован, того нет»

ИНТЕРНЕТ КАК СРЕДА  
РЕКЛАМНОЙ И PR  
КОММУНИКАЦИИ



❗ ЦИФРОВАЯ ВЕРСИЯ  
ДОЛЖНА «ОТРАЖАТЬ»  
■ А НЕ «ИСКАЖАТЬ»

# 76%

В России насчитывается 109,6 миллионов **интернет-пользователей**, это значит, что уровень проникновения интернета находится на отметке 76%.

# 61%

К началу 2019 года **доля пользователей интернета на мобильных устройствах** достигла 61%

Источник: [www.webindex.mediascope.net/general-audience](http://www.webindex.mediascope.net/general-audience)



# Общественный корабль. Изменение курса.

Для проведения маневров «общественного корабля» важно понимать/осознавать инерционные свойства (способность сохранять заданное ему первоначальное ускорение) Пример - длина тормозного пути крупного судна без работы винтами назад примерно равна 25-30 длинам судна (около трех километров). Время до полной остановки судна колеблется в пределах 10-20 лет, то есть минут).

Чтобы сменить курс, например с пассивного отдыха на активный/познавательный/творческий - культуру нужно демонстрировать и интегрировать.



**Предлагается ряд мероприятий  
и перспективных решений**



1

## **Обсуждение и утверждение плана и бюджета продвижения на год (отдельный документ).**

С фокусом внимания на ценность  
общественного блага,  
без ожидания экономической отдачи.



# 2

**Запуск комплексной рекламы.  
(В сети интернет, социальных сетях,  
в общественных пространствах).**

Базовый запуск, параллельно прорабатывая рекламную концепцию и улучшая визуальный контент.

(Статистика интернет-спроса в «приложение 1»)

**Google**  
Реклама

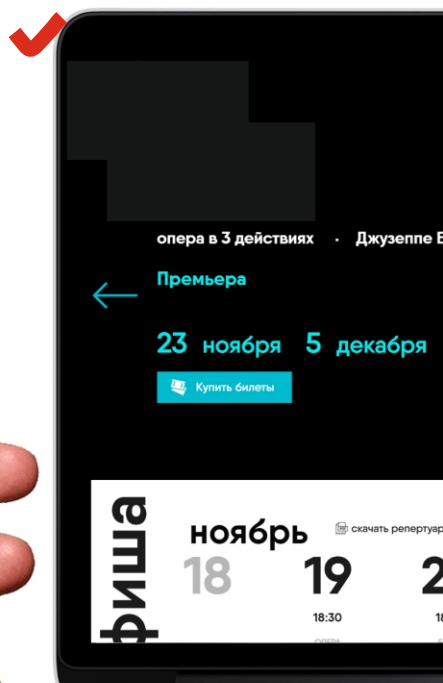
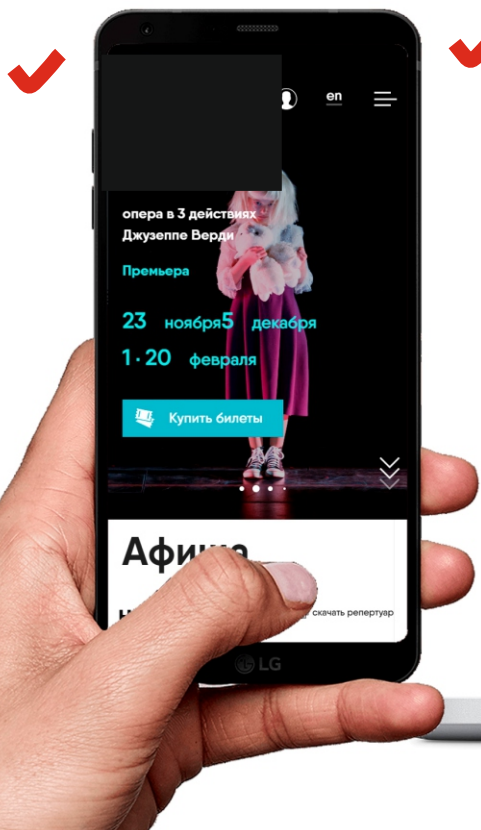
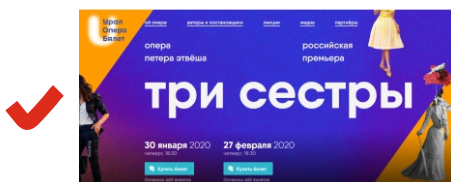
**Яндекс**  
Директ

  
одноклассники



  
facebook





# 3

## Обновление сайта Театра Оперы и балета (приложение 2)

- улучшить удобство использования сайта (адаптивный дизайн)
- повысить качество визуального контента для большей вовлеченности и доверия
- улучшить предварительную продажу (сделав под каждое представление отдельную проработанную «продающую» страницу)

[www.theatre-vrn.ru](http://www.theatre-vrn.ru)





4

**Установить экран рядом с театром,  
транслировать спектакли,  
репетиции, анонсы представлений.**

Идеальный вариант установка - 4-рех экранов  
по городу, с постоянной трансляцией культурной  
жизни города.

Пример



# 5

## Рассмотреть возможность создания и установки скульптуры «балерин»

Например в сквере «У озера», известном в Воронеже как «Лебединое озеро» на Минской. Привлечение внимания к Балету жителей левобережного района.





# 6

## Разработать культурный бренд-логотип региона с балериной

Образ возвышенности и легкости, которая скрывает под собой долгий труд и значительные усилия с ее стороны.

Использовать в туристической рекламе Воронежа и на различных культурных событиях города.

Пример



7

**Открыться к взаимодействию с бизнес-аудиторией, меценатской деятельностью, благотворительностью в сфере культуры**

- Попробовать организовать взаимовыгодное партнерство
- Рассмотреть возможности льгот, налоговых преференций.
- Попробовать раскрыть идею «развитие культуры как общая задача всех жителей области», организовать ФОНД поддержки культуры.



8

**Создать возможность продажи билетов с сайта, систему бонусов, акций, рассылок.  
Формат - культурный проездной**



## А ТАКЖЕ:

- сделать пулл партнеров и кураторов театра от бизнеса
- проект ресторан в театре (Сделать типа ампир и место визитов богемы)
- проект театр в массы, ролики о том как идет подготовка, трансляция этого в сети, по тв, на экране фасада,
- создание театральных, оперных и балетных кружков для работников предприятий и студентов
- подключить и вовлечь губернатора

....



**#ДЕЙСТВУЕМВМЕСТЕ**



## ВОВЛЕЧЬ АУДИТОРИИ

- студентов через профком со скидками
- бизнес и предприятия
- корпоративные тарифы для сотрудников
- церковь и прихожан, реклама в церквях
- предусмотреть места для аренды ресторанов и мультикультурных мероприятий театр-ресторан
- скидки для госслужащих
- скидки и программы для военных
- вовлечь на площадки молодежные организации, архитекторов, фестивали
- проводить заседания бизнес-структур

...

Пример концепции (непроработан)

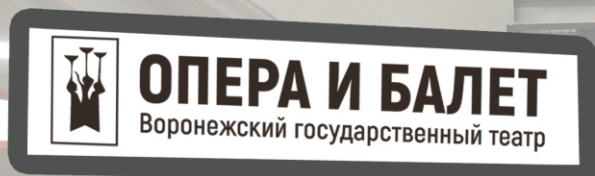


# 10

**Повысить читабельность  
визуального идентификационного  
блока (логотип) или создать  
отдельный (только для рекламы).**

Сфокусировать внимание на «опера и балет»,  
графический элемент сделать более крупный  
(исключив мелкие детали), шрифт «жирней»  
и читабельней, чтобы «не исчезал» при использовании  
поверх изображения.

Пример концепции (непроработан)



11



**Разработать и установить видео-стойки, а лучше «рекламные терминалы» в торговых центрах, гипермаркетах, аэропорте, вокзале.**

Стратегическое увеличение точек касания с целевой аудиторией.

Удобство в приобретении билета. (ПО обновленный сайт театра)



Пример концепции (непроработан)

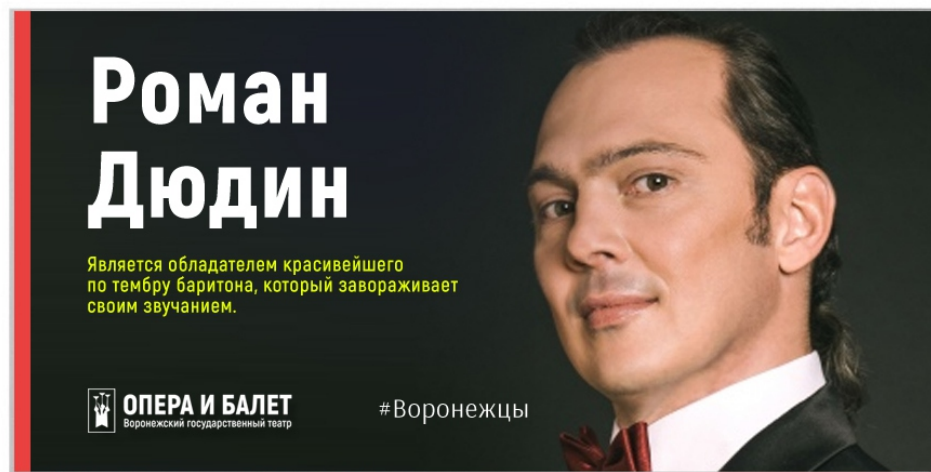


# 12

Продвигать представления  
«цитатами» в наружной  
рекламе и социальных сетях  
В контексте проекта #Фрагменты  
(рабочее название)

Цитаты подбирать в соответствии с стратегией  
государственной культурной политики  
с учетом целей, задач и ключевых ориентиров

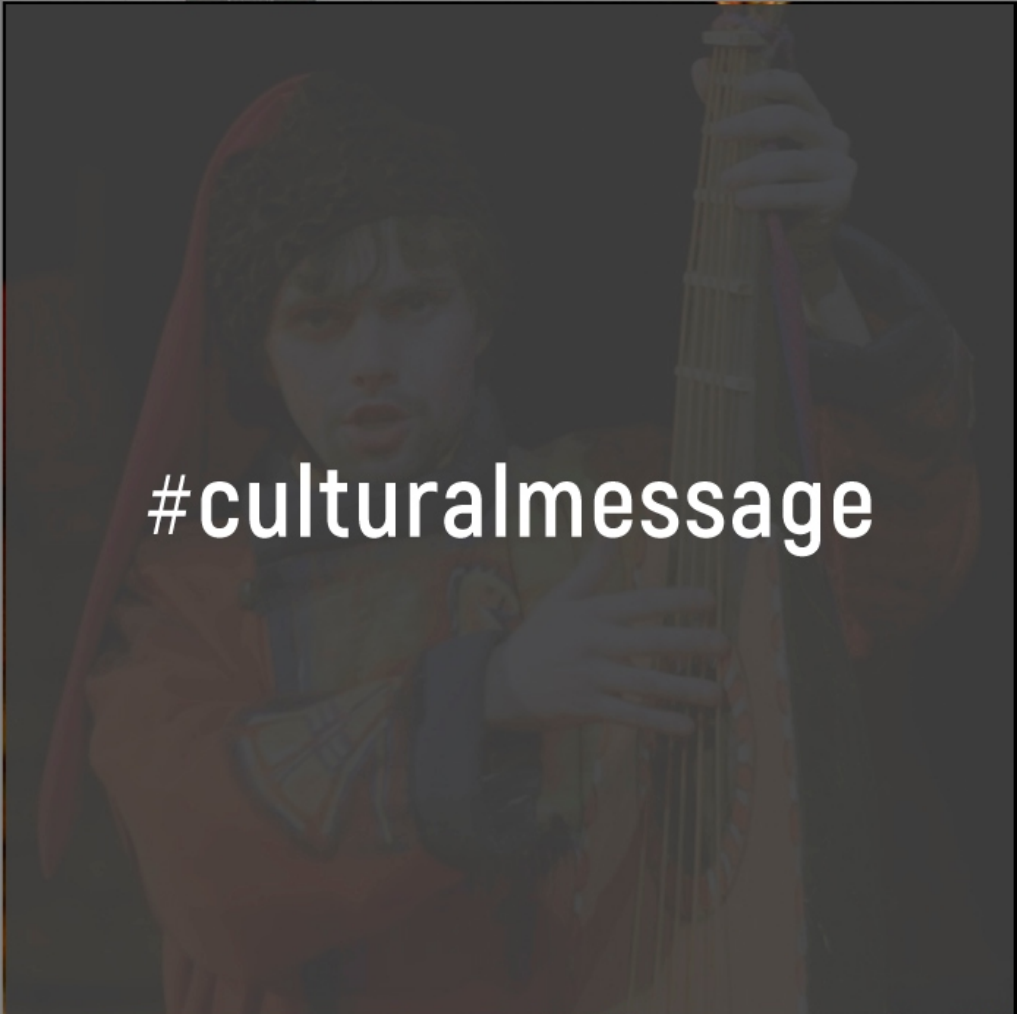
Пример концепции (непроработан)



# 13

**Продвигать артистов  
в наружной рекламе и социальных  
сетях. В контексте проекта  
#Воронежцы (рабочее название)**

«Непрямая реклама» театра оперы и балета  
через разные тематические проекты.

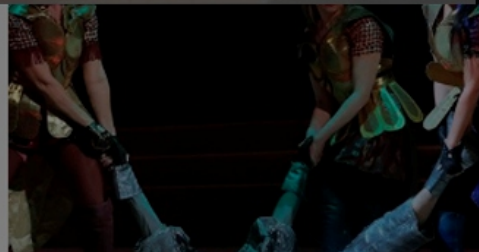


**#culturalmessage**

14

**Продвигать артистов в социальных сетях в контексте проекта #culturalmessage (рабочее название)**

Используя декорации представления создавать небольшие ролики в которых артист формирует и передает «культурный мэседж» (вне формата самого представления, это может быть цитата и часть любимого произведения или личные мысли)

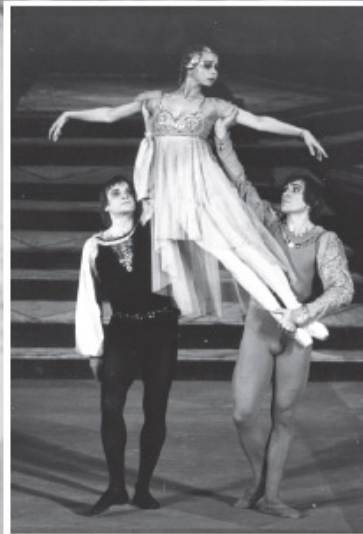




**М. Носырев**  
**«Песнь торжествующей любви»**  
Балет в 2-х действиях

Дирижер – М. Носырев  
Балетмейстер – Д. Арипова  
Художник – Б. Кноблок

**1971**



М. Леонькина – Валерия  
В. Драгавцев – Муций  
В. Сычев – Фабий



ев  
лова



Н. Валитова – Валерия  
Я. Лифшиц – Муций

15

**Продвигать «Историю»  
в социальных сетях в контексте  
проекта #воспоминание (рабочее  
название)**

За более чем 44 года работы театра на его сцене были поставлены более 200 спектаклей, это огромный пласт интересных историй и контента.

Поискать варианты как это еще можно раскрыть, быть может возможно организовать «алею спектаклей»...



# 16

**Организовать «флешмоб»  
или «перфоманс»  
с последующей публикацией  
в интернет (ютуб, социальные сети)**

Отыграть представление или недолгий танец, напротив главного входа в театр, можно в какой либо праздник, чтобы было больше людей. Съёмка и массовка с стороны штата театра на мобильные телефоны. Идея и реализация от актеров, личная инициатива, им просто «захотелось»






# 17

## Организовать «онлайн-трансляцию» представлений

Создать возможность посмотреть дома. Разумеется это большая разница и поэтому данные трансляции скорее «реклама» цель которой - побудить к физическому посещению театра.





**Необходимо всячески  
способствовать  
правильному восприятию  
культурно-художественного  
текста.**

18

**Разрабатывать «обучающий  
контент» и совершенствоваться  
в этом процессе.**

Важно должным образом проинформировать о всех  
элементах спектакля  
– хореографии, музыки, драматургии спектакля,  
живописного оформления балета.

Отдельными фильмами, сюжетами, статьями  
и публикациями - из «любителей» делать «фанатов»  
(в том числе - более частых посетителей).



# 19

**В формировании рекламного контента настоятельно рекомендуется использовать творческий подход**

Театр есть искусство отражать жизнь.  
Реклама представлений, артистов,  
а также процесса постановки пьес  
- отражает театр.





# 20

**Создавать качественное  
интересное и полезное видео.**

**Ключевые ориентиры - жизненность  
затрагиваемых тем. Подлинные рассказы о личных  
открытиях которые делали для себя артисты,  
люди работающие в этой сфере, в том числе и зрители.**

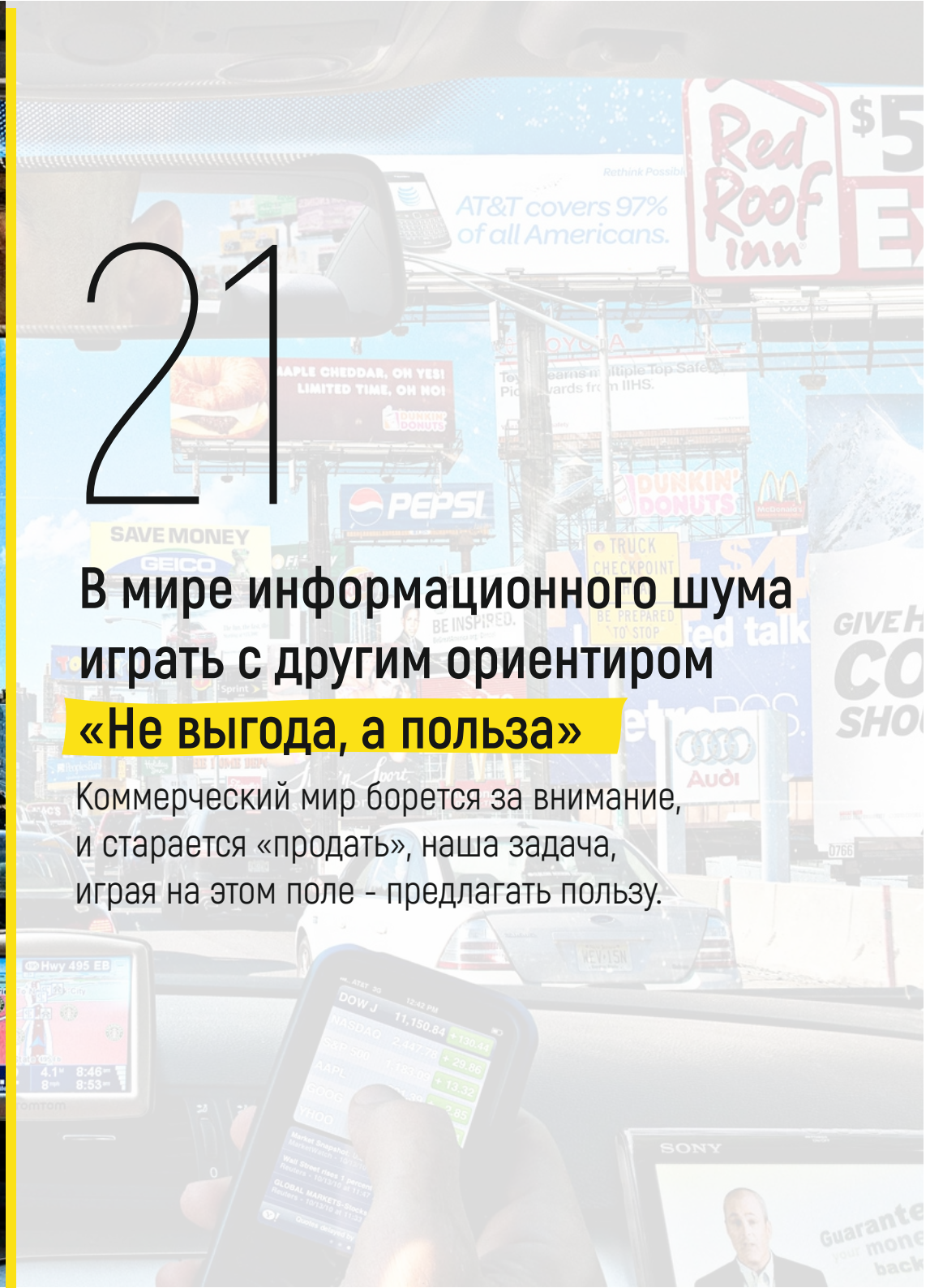




# 21

## В мире информационного шума играть с другим ориентиром «Не выгода, а польза»

Коммерческий мир борется за внимание, и старается «продать», наша задача, играя на этом поле - предлагать пользу.





Пример концепции (непроработан)



# 22

**Предлагается расширить целевую аудиторию объединив в интерьере два поколения «Новое с заботой о старом»**

При реконструкции театра рассмотреть как ориентир - стиль-лофт, в котором сберегаются элементы старого интерьера с наполнением уместных новых технологий, включая мебель, технику, экраны, направленную подсветку. «Настоящая живая история с энергией нового».



## ON-LINE

ТЕАТРЫ, МУЗЕИ, БИБЛИОТЕКИ, КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ

# 23

## Создание единого культурного пространства региона в сети интернет и широко его прорекламирровать, сделать его ближе к людям

На территории Воронежской области расположено 2725 объектов культурного наследия, включенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, из них 1349 объектов федерального значения (в том числе 1306 объектов археологического наследия) и 1376 объектов регионального значения, а также 1678 выявленных объектов культурного наследия. В административном центре области – г. Воронеже – расположено 310 объектов культурного наследия, включенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры)





# Приложение 1

Статистика спроса  
в интернет-пространстве,  
аудитория сайта.

# Статистика спроса Google Trends

Ключевой запрос "Театр" Воронежская область, поисковая система Гугл



Динамика популярности ?

Поисковый запрос "Балет" Воронежская область, поисковая система Гугл



# Google Trends



По данным Google Trends за последние пять лет тренда снижения спроса - не наблюдается.

Ключевые запросы на графиках «Театр» и «Баллет»

Во время отпусков, месяц: Июль и Август - спрос временно снижается



# Статистика спроса | Яндекс Wordstat



Статистика  
по словам

В месяц  
по Воронежу

Балет	24 360
Музей	39 414
Театр	90 671
Концерт	75 070
Кинотеатр	169 067

В списке также указаны «досуговые запросы»

Если ищут, значит есть спрос потенциальных клиентов.  
Чтобы его использовать - необходимо разместить  
объявление в поисковых системах по тематическим  
ключевым словам.



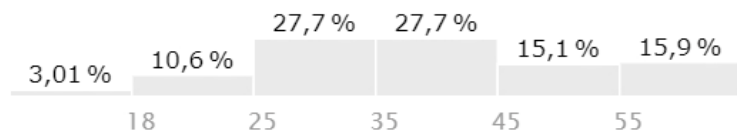
График по запросу «Балет» регион Воронеж, поисковая система Яндекс, период два года.  
Общее снижение спроса не наблюдается, только «проседает» на время отпусков (июль, август)

Источник данных: [www.wordstat.yandex.ru](http://www.wordstat.yandex.ru)

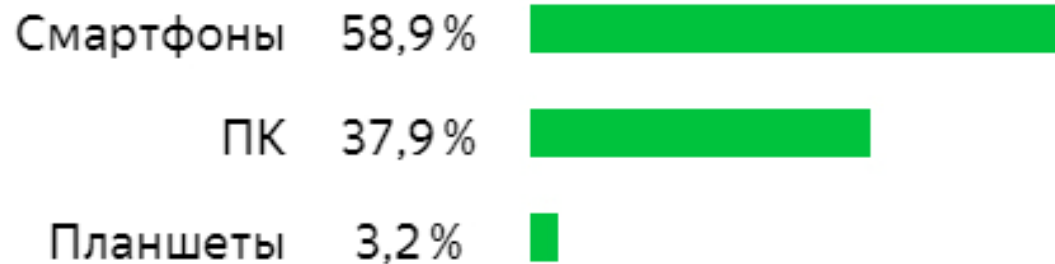
# Посетители сайта | Яндекс Аудитории

**79 053** **19,8 %** **80,2 %**  
ОХВАТ Мужчины Женщины

## Возраст



## Устройства



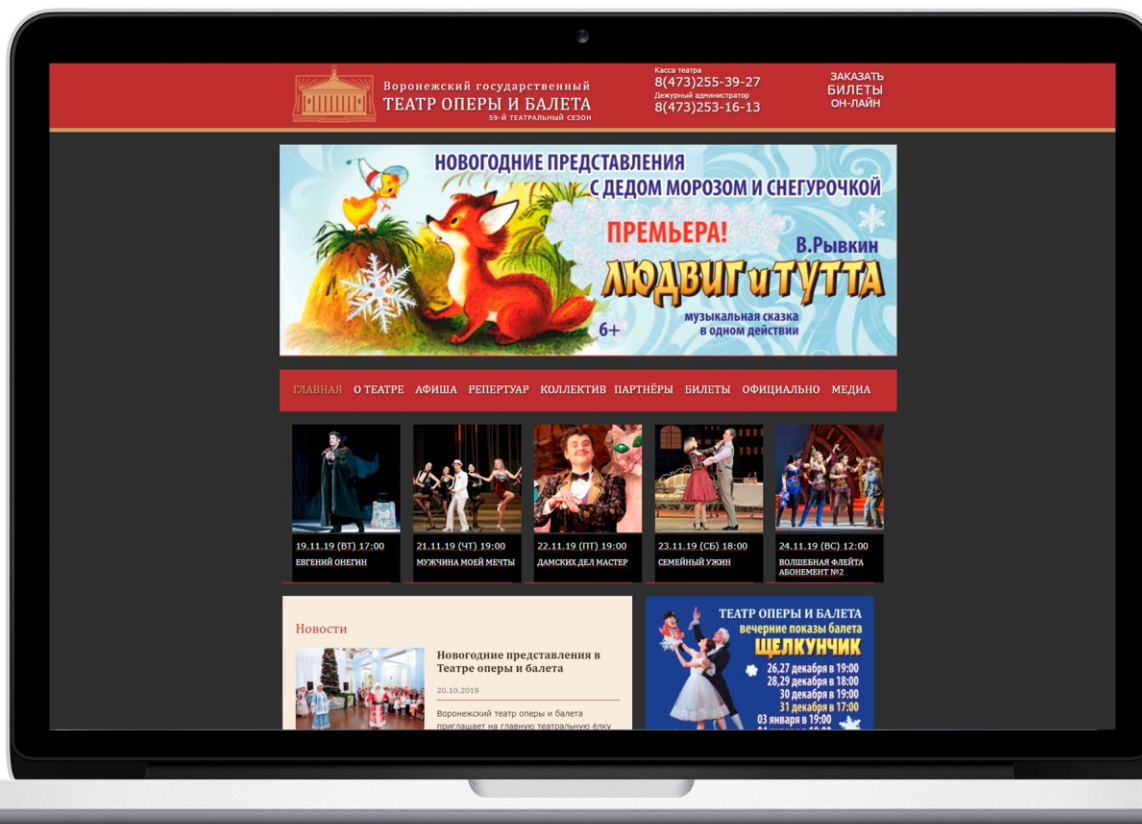
# Приложение 2

Рекомендации  
по улучшению  
коммуникационной  
площадки (сайт)



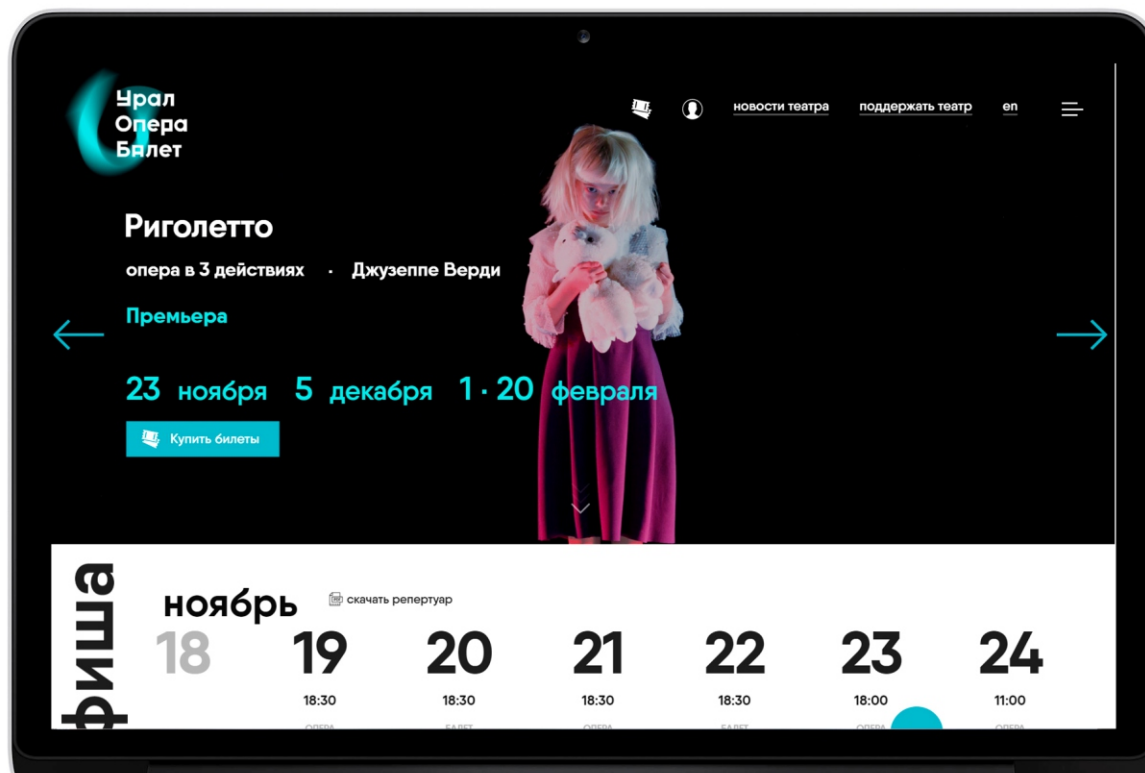
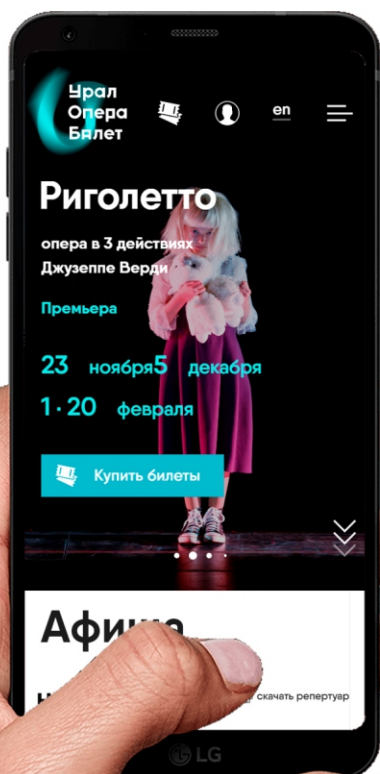
# Удобство сайта

Сайт имеет устаревшую верстку, изображения маленькие, акценты незаметны. Информация не адаптируется под мобильные устройства.



# Пример удобного сайта [www.uralopera.ru](http://www.uralopera.ru)

Сайт «Урал Опера Балет» имеет современную верстку, изображения крупные, акценты заметны, нечего лишнего. Информация адаптируется под мобильные устройства.

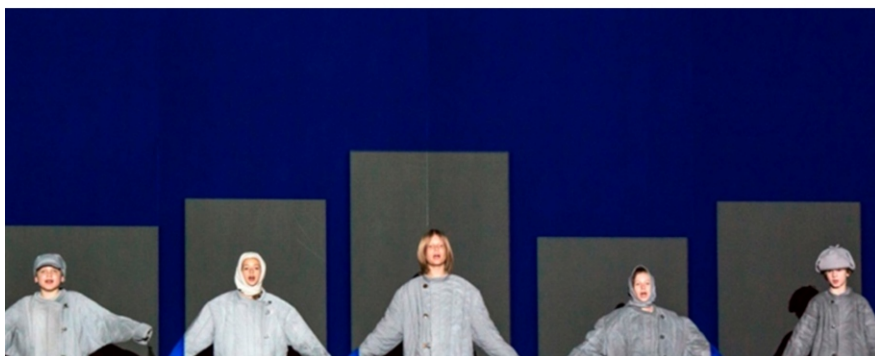




# Визуальный контент (фотографии)

как  
есть  
сейчас

Фото: Родина электричества / Воронежский государственный театр оперы и балет



Предлагается на репетициях делать  
рекламную фотосъемку для более  
«вкусной продажи»  
(четкие изображения, удачные ракурсы,  
эмоции, сюжет...)

Фото: Три Сестры / Урал опера балет



пример





# «Продающие» страницы

Реализовано на сайте [www.uralopera.ru](http://www.uralopera.ru)  
под каждое представление проработана отдельная страница  
на которой возможно емко получить необходимую информацию

[www.theatre-vrn.ru](http://www.theatre-vrn.ru)



**Родина электричества**

опера в одном действии, четырёх картинах со вступлением, прологом, эпилогом и заключением

**О спектакле:**

Мировая премьера состоялась 2 июня 2017 года в Воронежском

**Продолжительность:**  
1 ч. 15 мин.

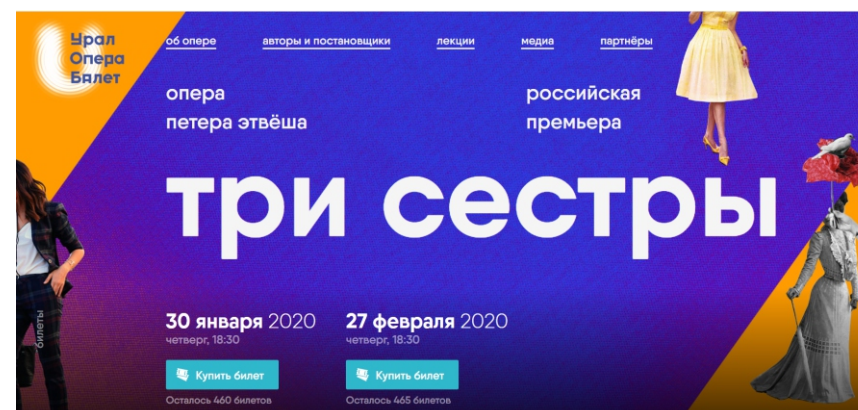
**Возраст зрителей:**  
16+

**Музыка:**  
Глеб Седельников

**Постановщики:**



[www.uralopera.ru](http://www.uralopera.ru)



Урал Опера Бюлет

об опере авторы и постановщики лекции медиа партнёры

опера петера этвёша

российская премьера

**три сестры**

**30 января 2020**  
четверг, 18:30

**27 февраля 2020**  
четверг, 18:30

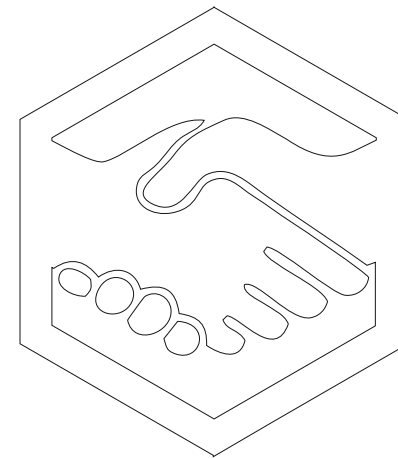
[Купить билет](#)

Осталось 460 билетов

[Купить билет](#)

Осталось 465 билетов





Спасибо  
за внимание!

продолжение следует...

[www.voronezh-centr.ru](http://www.voronezh-centr.ru)