

ОНЛАЙН ПРОГРАММА

АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ

ОРГАНИЗАТОР

ФОНД
ТИМЧЕНКО

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД
ЕЛЕНЬ И ГЕННАДИЯ
ТИМЧЕНКО



**КУЛЬТУРНАЯ
МОЗАИКА**
ВСЕРОССИЙСКИЙ КОНКУРС ПРОЕКТОВ
ДЛЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ И СЕЛ

ОПЕРАТОР

АМК
Ассоциация менеджеров культуры

ОНЛАЙН ПРОГРАММА
АДАПТАЦИЯ: ПРАКТИКИ О ПРАКТИКАХ

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОД РАЗРАБОТКУ ПРОЕКТА: РЕАЛЬНОСТЬ И МЕДИА РЕАЛЬНОСТЬ. CUSTOMER DEVELOPMENT

АЛЕКСАНДР ЛУКОЯНОВ

СЕТЕВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ
NET-RESEARCH.NET

ЛУЧШИЕ УПРАВЛЕНЦЫ – ЭТО ЛУЧШИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛИ И НАБЛЮДАТЕЛИ



НАША ПЕРСПЕКТИВА – ИССЛЕДОВАНИЕ СЕТЕВОЙ РЕАЛЬНОСТИ И СЕТЕЙ

ФИЗИЧЕСКАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

КОММУНИКАЦИЯ МЕЖДУ ЛЮДЬМИ,
ОТДЕЛАМИ, ОРГАНИЗАЦИЯМИ,
РЫНКАМИ

МЕДИАРЕАЛЬНОСТЬ

КОММУНИКАЦИЯ В СЕТИ
ЦИФРОВЫЕ СЛЕДЫ
ИНФОРМАЦИОННАЯ
ИНФРАСТРУКТУРА

1 АЛЬБОМ НАБЛЮДЕНИЯ ЗА ЦА

АЛЬБОМ или ЭЛЕКТРОННАЯ ТАБЛИЦА

1. Напишите минимум 5-10 ваших основных ЦА
2. Фиксируйте стандартные практики и повседневность людей
3. Дополните, разукрасьте или разорвите эту повседневность вашим проектом или активностью
4. Личные практики и опыт – превращайте в систему

АУДИТОРИЯ	ПРАКТИКИ	Какой контент потребляют	Чем увлекаются	Через какие устройства сидят в интернете	Как проводят выходные	Какой вид туризма предпочитают	...
Мамы с детьми до 25 лет							
Мамы с детьми от 25 до 40							
Подростки, которые проводят время после школы							
Студенты в перерывах между парами							
...							

как разукрасить, дополнить или разорвать их повседневность?

ИССЛЕДОВАНИЕ В МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ

АКТИВНАЯ СОЦИОЛОГИЯ

вовлечение аудитории в проекты или активную деятельность через исследование

СОЦСЕТЬ – ЭТО ДИАЛОГ

через формирование диалога и вопросы – исследовать ЦА

игровая и ненавязчивая форма

люди любят говорить о себе

активные люди – это ядро вашей аудитории

пользуйтесь статистикой соцсетей

2 ЧТО ВЫ ИСПОЛЬЗУЕТЕ/ ВЫБИРАЕТЕ/ ЛЮБИТЕ?

СПРАШИВАЕМ ЛЮДЕЙ в духе «ваше любимое что-то»

1. Скинуть любимую музыку в комментарии
2. Куда вы собираетесь поехать в отпуск этим летом или с кем ездили
3. Планируете ли вы свадьбу в этом году?
4. Сколько лет вашим детям
5. Ваше любимое блюдо
6. Чем человек занимается в данное время

ПОЛУЧАЕМ ДАННЫЕ О ЦА

1. Музыкальные предпочтения, чтобы использовать это на объекте
2. Популярность дестинаций
3. Поиск невест среди ЦА
4. Фокус на детских сервисах или их отсеивание
5. Гастрономические пристрастия
6. Отслеживание занятий и увлечений аудитории, в нужный вам отрезок времени

2 ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

ОТЗЫВЫ О ВАШЕЙ РАБОТЕ

- Почему выбрали именно нас?
- Что понравилось в работе больше всего?

Позитив – репутация, негатив – поле для изменений



Евгения Штерн
три минуты назад

Чего больше всего не хватает нашей кофейне?

Чего больше всего не хватает нашей кофейне?
Публичный опрос

Живых растений	<input type="checkbox"/>
Соевого молока	<input checked="" type="checkbox"/>
Кокосового молока	<input checked="" type="checkbox"/>
Бесплатного Wi-Fi	<input type="checkbox"/>
У вас и так все хорошо!	<input type="checkbox"/>

Проголосовать

РЕАКЦИЯ НА НОВИНКИ

- Шкалы с голосованием на новые сервисы или продукты

× ↓ 😊 🔗 🗨️ ✎ Aa

Вам понравился наш новый интерфейс аккаунта?

😍

Progress bar

2 ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

ЛЮДИ ПОМОГАЮТ ВАМ ВЫБРАТЬ

- Выбор из ваших вариантов логотипов, вывесок, сезонных напитков по скидке



Евгения Штерн
две минуты назад

Какую веранду нам сделать?

Какую веранду нам сделать?

Публичный опрос до 30 июня, 15:57

- Со стульями
- С креслами
- С диванчиками

Проголосуйте первой!

НОВОСТЬ ЧЕРЕЗ ГОЛОСОВАНИЕ

Просто сравните два сообщения:

1 «Мы открылись на м.Маяковская»

2 «Мы открылись на м.Маяковская! А в какую точку вам удобнее добираться, в старую или новую? *Варианты: Маяковская или Чернышевская*»

3 ПУТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ В СЕТИ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ИНФРАСТРУКТУРА БРЕНДА

- Анализ тех ресурсов в информационном поле проекта, на которые вы можете влиять напрямую: ваш сайт, социальные сети, данные на агрегаторах, информация в интернет-магазинах
- Точность и регулярность коммуникации
- Удобство покупки продукта (количество шагов, навигация, онлайн-сервис)
- Смотрим на упаковку:
 - Позиционирование (культурные коды, продукты, концепты, виды туризма)
 - Тексты (на каком языке написаны материалы, современные ли они? Попадают в язык аудитории?)
 - Визуал (современная и удобная верстка, шрифты, контрасты, фото и видео)

ВНЕШНЕЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПОЛЕ

- Анализ выдачи в поисковых системах (Google и Яндекс)
- Поиск информации о компании и продукте на туристических агрегаторах и турпорталах (регион, Россия и зарубежье)
- Анализ Google Trends

РАЗРЫВЫ В СЕТИ

- Связность информации на сайте, в социальных сетях и агрегаторах (продукты, язык)
- Перекрестные ссылки между элементами информационной инфраструктуры
- Есть ли связь между реальными продуктами и аудиториями, на которые вы работаете, и позиционированием в сети
- Достаточно ли регулярно и точно организована коммуникация с аудиторией?
- Присутствует ли в коммуникации интерактив?

ВОПРОСЫ НА ПРОРАБОТКУ В ГРУППАХ

1. Учитываете ли вы сейчас медиареальность в работе?
2. Как давно вы обновляли сайт? Все ли актуальные продукты там размещены?
3. Как часто вы постите в социальные сети? Какого рода контент вы там размещаете?
4. Вы размещали информацию о своих продуктах на агрегаторах? На каких?
5. Как давно вы проводили исследование ваших реальных или потенциальных клиентов? Каким образом?
6. Сейчас у Вас есть в работе сетка продуктов и аудиторий?

АЛЕКСАНДР ЛУКОЯНОВ

генеральный директор компании «Сетевые Исследования». Эксперт в области изучения рынков, коммуникаций, информационных полей и сетей. Руководитель более 30 исследовательских проектов в темах туризма, дизайна, компетенций и кадров.

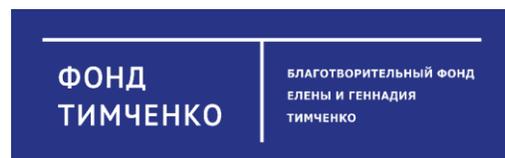
+7 911 039 76 48 // la@net-research.net

net-research.net

net-tourism.ru

КОНТАКТЫ

ОРГАНИЗАТОР ПРОГРАММЫ



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД ЕЛЕНА
И ГЕННАДИЯ ТИМЧЕНКО

cultmosaic.ru

+7 (495) 539 31 76

inform@timchenkofoundation.org

ОПЕРАТОР И РАЗРАБОТЧИК ПРОГРАММЫ



АССОЦИАЦИЯ МЕНЕДЖЕРОВ КУЛЬТУРЫ

amcult.ru

+7 499 678 0105

coordinator@amcult.ru

РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОГРАММЫ

Инна Прилежаева

+7 926 227 2186

inna-amcult@bk.ru

PR-КООРДИНАТОР ПРОГРАММЫ

Оксана Власова

+7 926 203 3147

pr.amcult@gmail.com

АНАЛИТИЧЕСКИЙ РЕДАКТОР ПРОГРАММЫ

Мария Крупник