

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАУК АО «ТЮЗ»

Москвина И.В.

ПОЛОЖЕНИЕ

о маркетинговых мероприятиях

государственного автономного учреждения культуры Астраханской области

«Театр юного зрителя» (ГАУК АО «ТЮЗ»)

І. Общие положения

1. Настоящее Положение разработано в целях увеличения объемов реализации театральных билетов, расширения спектра предоставляемых зрителям услуг, привлечения новых и повышения лояльности постоянных зрителей.
2. Настоящим Положением регламентируется перечень мероприятий, направленных на увеличение объемов продаж билетов, порядок утверждения, инициирования, механизм, сроки их проведения и отчетность по итогам.
3. Настоящим Положением предусмотрены варианты материального и нематериального поощрения зрителей при покупке билетов.
4. Действие Положения не распространяется на спектакли иных театров, показанные в рамках гастролей, спектакли, показанные в рамках фестивалей, иные творческие мероприятия, не входящие в регулярный репертуарный план Театра.
5. В настоящем Положении используются понятия:
 - «Театр» - ГАУК АО «ТЮЗ»;
 - «Программа лояльности» - комплекс маркетинговых мероприятий материального и нематериального стимулирования повторных продаж существующим зрителям в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения;
 - «Зритель» - физическое лицо, совершившее одну или более покупок билетов в кассе или на сайте Театра, а также с помощью контрагентов или уполномоченных.
 - «Базовая стоимость» («базовая цена») - стоимость билетов на спектакли текущего репертуара, установленная Приказом об установлении цен на билеты, принимаемая за основу при расчете специальной стоимости.
 - «Специальная стоимость» («специальная цена») - стоимость билетов на спектакли текущего репертуара, отличная от базовой стоимости. Устанавливается Приказом об установлении цен на билеты, применяется в рамках акций или иных мероприятий по стимулированию спроса.
 - «Акция» - мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на привлечение зрителей к посещению Театра. Может включать как материальную, так и нематериальную составляющую.

- «Скидка» - добровольное, одностороннее снижение стоимости на билеты. Размер скидки соответствует разнице между базовой и специальной стоимостью, указывается в процентном или денежном эквивалентах.
- «Пакетное предложение» - маркетинговая акция, подразумевающая установление специальной стоимости при одновременной покупке билетов на несколько наименований спектаклей.

II. Условия проведения маркетинговых мероприятий

1. Участие спектаклей в акциях осуществляется на основании приказа директора Театра.
2. Стоимость билетов, возможность участия спектакля в акциях, размеры скидок регламентируются приказом директора Театра.
3. Количество билетов, реализованных в рамках акций, их общая стоимость, соотношение билетов, проданных по базовой цене и со скидкой, сумма денежных средств, полученных по итогам реализации билетов указывается в отчете о проведении акции.
4. Различные виды скидок суммируются со скидками, объявленными на период проведения маркетинговых акций Театра, если иное не установлено соответствующими внутренними документами.
5. Действие акций не распространяется на граждан, имеющих право на скидку (льготная категория соответствующих лиц) согласно действующему законодательству и положением Театра о льготных билетах.
6. Техническая организация и проведение акций регулируется соответствующим Регламентом.
7. Билеты, реализованные в рамках акций, не подлежат возврату, если иное не установлено соответствующими внутренними документами.
8. При необходимости, к участию в маркетинговых мероприятиях Театр может привлекать сторонние организации и учреждения, с целью расширения охвата аудитории и повышения эффективности мероприятий.

III. Программа лояльности для зрителей

1. Программа лояльности призвана создавать и развивать сообщество лояльных покупателей, повысить мотивацию зрителей к первичным и повторным покупкам билетов, расширить аудиторию, увеличить количество покупок через сайт Театра.
2. В программу лояльности включены мероприятия материального и нематериального стимулирования зрителей.

К мероприятиям материального стимулирования относятся:

- Маркетинговые акции с единовременным изменением стоимости билетов.
- Предоставление зрителям скидок при выполнении определенных условий/действий.

- Предоставление зрителям иных преференций при выполнении определенных условий/действий.
 - Иные мероприятия, установленные приказами директора Театра.
- К мероприятиям нематериального стимулирования относятся:
- Предоставление зрителям преференций при покупке билетов (раннее бронирование и т.п.)
 - Участие зрителей в мероприятиях, проводимых Театром.

IV. Перечень маркетинговых акций

Мероприятия материального стимулирования:

1. «Спектакль месяца»:

- Мероприятием предусмотрено установление специальной стоимости билетов не более чем на четыре наименования спектаклей в течение месяца.
- Условия мероприятия распространяются на билеты, приобретенные в кассе, на сайте Театра, у уполномоченных.
- Скидка на билеты в период акции составляет не более 50% от первоначальной стоимости, если иное не установлено соответствующими внутренними документами.
- Спектакли, участвующие в мероприятии, отмечаются в афише на сайте Театра, в полиграфической продукции, в социальных сетях Театра специальным обозначением, с указанием названия мероприятия и размера скидки.
- Перечень спектаклей, участвующих в мероприятии формируется при составлении репертуарного плана.
- Информация о проведении мероприятия доводится до зрителей посредством рассылки по электронной почте, размещения в кассе Театра, в социальных сетях, на сайте, рекламы в интернете, с помощью иных видов рекламных носителей.
- Отчет о мероприятии предоставляется по итогам завершения продаж спектаклей. К отчету принимаются все билеты, реализованные через кассу и сайт Театра, уполномоченных и контрагентов.

2. «Зеленый день»:

- Мероприятие приурочено к Международному Дню Театра (27 марта), «Ночь искусств» и т.п.
- Мероприятием предусмотрено установление специальной цены на все спектакли текущего репертуара, кроме премьерных.
- Условия мероприятия распространяются на билеты, приобретенные в кассе и на сайте Театра. На билеты, реализуемые уполномоченными, акция не распространяется.
- Скидка на билеты в период акции составляет не более 50% от первоначальной стоимости, если иное не установлено соответствующими внутренними документами.
- Продолжительность мероприятия составляет 24 часа с момента начала продаж.

– Даты и условия проведения мероприятия определяются не позднее 15 календарных дней до его начала.

– Информация о проведении мероприятия доводится до зрителей посредством рассылки по электронной почте, размещения в кассе Театра, в социальных сетях, на сайте, рекламы в интернете, с помощью иных видов рекламных носителей.

– Отчет о мероприятии предоставляется по итогам завершения продаж спектаклей. К отчету принимаются все билеты, реализованные в период акции через кассу и сайт Театра.

3. «Театральная пятница»:

– Мероприятие проводится в рамках международной акции «Черная пятница», в последнюю пятницу ноября, ежегодно. Период проведения мероприятия с 00.00 часов пятницы до 23.55 часов воскресенья.

– Мероприятием предусмотрено установление специальной цены на перечень спектаклей текущего репертуара, кроме премьерных. Скидка на билеты в период акции составляет не более 50% от первоначальной стоимости, если иное не установлено соответствующими внутренними документами.

– Перечень спектаклей определяется при формировании репертуара на декабрь - январь.

– Информация о проведении мероприятия доводится до зрителей посредством рассылки по электронной почте, размещения в кассе Театра, в социальных сетях, на сайте, рекламы в интернете, с помощью иных видов рекламных носителей.

– Отчет о мероприятии предоставляется по итогам завершения продаж спектаклей. К отчету принимаются все билеты, реализованные в период акции через кассу и сайт Театра.

– Реализация билетов со скидками через сторонних билетных операторов оформляется дополнительным соглашением к соответствующим договорам. На билеты, реализуемые уполномоченными, акция не распространяется.

4. «Пакетное предложение» - система абонемент:

– Мероприятием предусматривается установление специальной цены при одновременной покупке трех билетов на спектакли:

– Билет – абонемент «Школьный» (3 посещения в год);

– Билет – абонемент «Выходного дня для детей» (3 выходных);

– Билет – абонемент «Вечерний спектакль» (3 выходных);

Билеты приобретаются по выбору зрителя на любые 3 спектакля из предоставленного репертуара.

5. Система промокодов:

- Промокод представляет собой специально сгенерированный пароль, дающий возможность приобрести билет по специальной цене только на сайте и в кассе Театра.
- Промокод предоставляется зрителям:
 - с помощью рассылки по электронной почте в рамках специального мероприятия только для зарегистрированных пользователей сайта Театра;
 - за участие в проводимых Театром рекламных акциях (конкурсах, розыгрышах, лотереях и т.д.);
 - в качестве поощрения при покупке большого количества билетов (промокод на последующий заказ);
 - при проведении иных мероприятий, направленных на рекламу и продвижение Театра.
- Информация о проведении мероприятия доводится до зрителей посредством рассылки по электронной почте, размещения в социальных сетях, на сайте Театра, рекламы в интернете.
- Скидка на билеты в период акции составляет не более 50% от первоначальной стоимости, если иное не установлено соответствующими внутренними документами.

6. Иные мероприятия, акции, скидки проводятся на основании приказа директора Театра. Информация о проведении мероприятия доводится до зрителей посредством рассылки по электронной почте, размещения в кассе Театра, в социальных сетях, на сайте, рекламы в интернете, с помощью иных видов рекламных носителей. Отчет о мероприятии предоставляется по итогам завершения продаж спектаклей. К отчету принимаются все билеты, реализованные в период акции через кассу и сайт Театра.

Мероприятия нематериального стимулирования:

1. Проведение внутритеатральных мероприятий, посвященных важным поводам: День театра, Ночь искусств, общественные просмотры премьерных спектаклей и т.п.;
2. Организация творческих встреч, мастер-классов, экскурсий;
3. Проведение исследования общественного мнения.

V. Работа с организациями

1. Учреждения, организации, общественные объединения имеют право на специальные условия. Формы и условия сотрудничества устанавливаются соответствующим приказом директора Театра на основании служебной записки заместителя директора или начальника отдела по связям с общественностью и письма заявки от организаций (прочих учреждений).
2. Специальные цены и скидки не суммируются с акциями, проводимыми Театром.

Регламент

организации и проведения маркетинговых акций ГАУК АО «ТЮЗ»

Настоящим регламентом определяется порядок организации, проведения, отчетности, уровней ответственности, распределение обязанностей при проведении рекламных, маркетинговых и иных мероприятий, направленных на повышение зрительского спроса на билеты Театра, оптимизацию работы всех служб, занятых в указанных мероприятиях.

Инициатором акции могут являться:

1. Директор Театра;
2. Заместители директора Театра;
3. Художественный руководитель;
4. Ведущий специалист по маркетингу;
5. Начальник отдела по связям с общественностью;
6. Ведущий менеджер по рекламе.

Инициатор акции предлагает:

1. Название акции;
2. Сроки проведения акции;
3. Вид акции;
4. Условия и механизм проведения акции;
5. Перечень мероприятий, участвующих в акции;
6. Отчетность по итогам проведения акции.

Предложенная акция проходит согласование комиссией в составе:

1. Директор Театра;
2. Заместители директора Театра;
3. Ведущий специалист по маркетингу;
4. Начальник отдела по связям с общественностью;
5. Главный бухгалтер.

Контроль за исполнением и отчетностью по акции осуществляет инициатор.

Основанием для проведения акций и иных мероприятий является приказ директора Театра.

Ответственным за оформление приказа, доведение его до ответственных исполнителей, архивное хранение является начальник отдела кадров.

Ответственным за освещение проводимых акций и мероприятий в средствах массовой информации и сети Интернет является ведущий менеджер по рекламе.

В зависимости от вида и механики акции ответственными исполнителями являются:

При проведении акций, подразумевающих единовременное снижение стоимости билетов (переоценка, скидки, распродажи и т.п.):

1. Перед началом акции фиксируется информация о количестве билетов, проданных до ее начала. Ответственный за фиксацию информации и внесение изменений в билетную систему - заведующий билетным цехом.
2. По окончании акции фиксируется информация о количестве проданных в ее рамках билетов. Полученная информация вносится в билетную систему и отчет о проведении акции. Ответственный за фиксацию информации и подготовку отчета - заведующий билетным цехом.

При проведении акции «Пакетное предложение»:

1. Планирование акции происходит при формировании репертуарных планов на месяц. Ответственный за подготовку перечня спектаклей, участвующих в акции -- заместитель директора театра по организации зрителя, ведущий специалист по маркетингу. Перечень спектаклей согласуется с директором Театра.
2. Согласованный список, описание механики акции, размер скидок доводится до директора, начальника отдела по связям с общественностью, заведующего билетным цехом, кассиров. Ответственный – ведущий специалист по маркетингу.
3. Ответственным за корректное информирование зрителей, формирование пакета и предоставление оговоренной в условии акции скидки является отдел по связям с общественностью.
4. Ответственным за подготовку отчета является заведующий билетным цехом.

При проведении акций, связанных с единовременным предоставлением персональных скидок зрителям (промокоды):

1. Ответственным за внесение информации о промокодах (размер скидки, количество возможных использований, список мероприятий, сроки действия) в билетную систему является заведующий билетным цехом.
2. Ответственным за распространение промокодов среди зрителей является начальник отдела по связям с общественностью и/или ведущий менеджер по рекламе и/или ведущий специалист по маркетингу.
3. Ответственным за подготовку отчета является заведующий билетным цехом.

При проведении акций, связанных с предоставлением скидок учреждениям, организациям, общественным объединениям:

1. Ответственным за сбор, обработку информации о размере скидки, количестве билетов, список мероприятий, сроки действия является ведущий специалист по маркетингу.
2. Ответственным за сбор, обработку информации, внесение данных о заявках от учреждений, организаций, общественных объединений в билетную систему является заведующий билетным цехом.
3. Ответственным за распространение информации об акции среди зрителей и сбор заявок является отдел по связям с общественностью.

4. Ответственным за подготовку отчета является заведующий билетным цехом.

Приложение № 1
к Положению о маркетинговых мероприятиях
ГАУК АО «ТЮЗ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАУК АО «ТЮЗ»

_____ И.В. Москвина

"Отчет о проведении маркетингового мероприятия

Наименование акции	Сроки проведения	Условия проведения (кратко)	Инициатор	Количество билетов, реализованных по акции	Общая стоимость билетов, реализованных по акции	Количество билетов, реализованных без акции	Общая стоимость билетов, реализованных без акции	Общее количество реализованных билетов (шт.)	Общая стоимость реализованных билетов (руб.)

В период _____ реализовано _____ билетов на общую сумму _____ руб. _____ коп.

Из них в ходе маркетинговой акции _____ было реализовано _____ билетов на общую сумму _____ руб. _____ коп.

Реализация по акции составила:

_____ процентов от общего количества реализованных билетов;

_____ процентов от общей стоимости реализованных билетов.

Инициатор _____

Главный бухгалтер _____

Заведующий билетным цехом _____

Заместитель директора театра (в части организации зрителя) _____

Исполнитель: Ведущий специалист по маркетингу Жиликова Е.В.

Согласовано: _____ /Кочеткова Е.Ю.

_____ /Федорец Ю.В.

_____ /Мельникова О.С.

_____ /Иксанов Е.С.

_____ /Жиликова Е.В.