

K/427-3/2024

HATÁROZAT

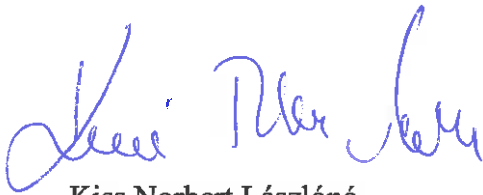
A Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. 2024. évi közönségszervezési és marketing munkatervének elfogadása

1./2024. (III.5.) a Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. Felügyelő Bizottságának határozata.

Határozat:

A Felügyelő Bizottság a Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. 2024. évi közönségszervezési és marketing munkatervét elfogadta egyhangúlag, ellenszavazat nélkül.

A Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. Felügyelő Bizottságának ezen határozata mindenben megegyezik a Felügyelő Bizottság 2024. március 5-ei jegyzőkönyvének szövegével.

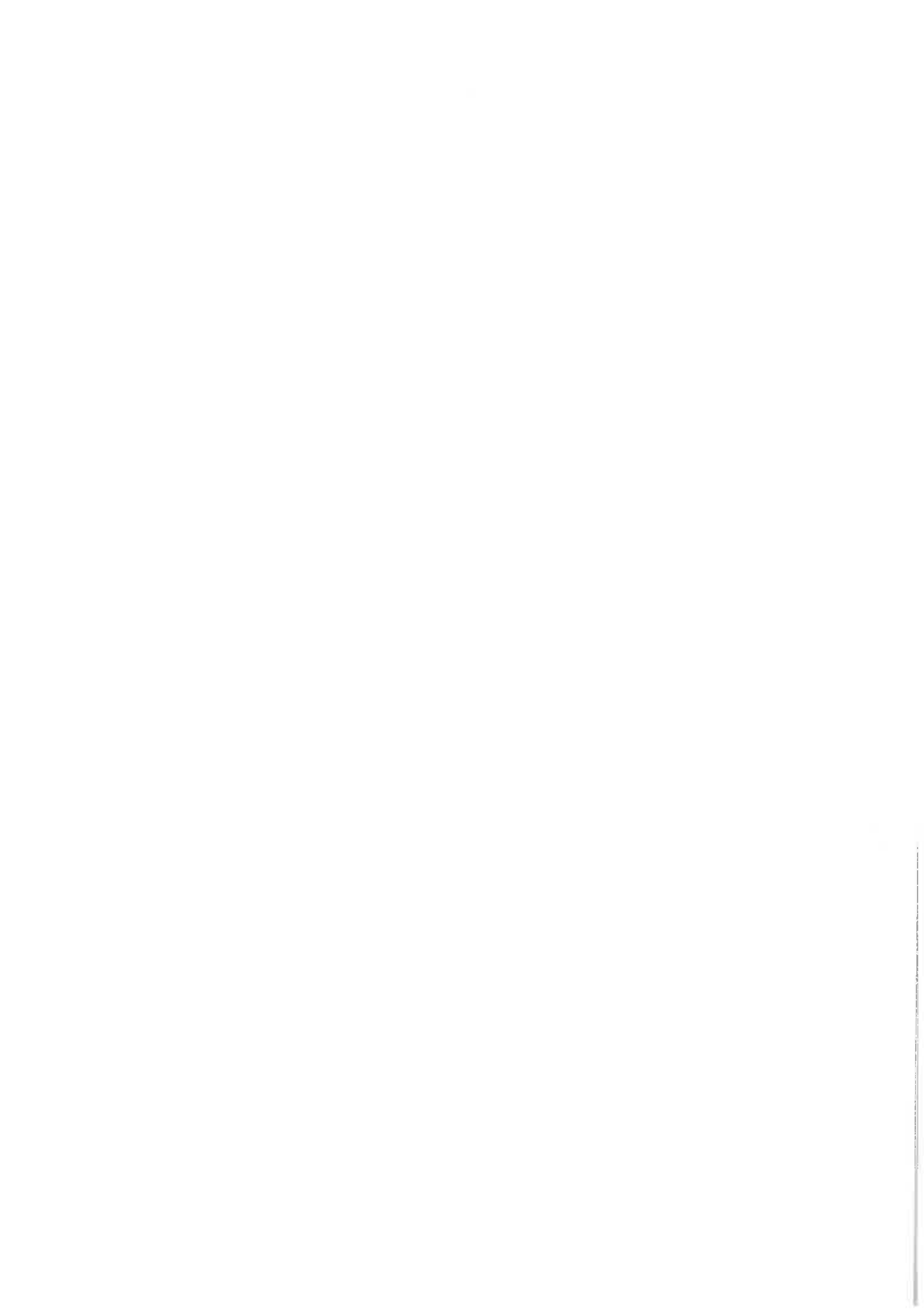


Kiss Norbert Lászlóné
FEB elnök



Szabó Tibor
ügyvezető igazgató

Kelt: Szombathely, 2024. március 5.



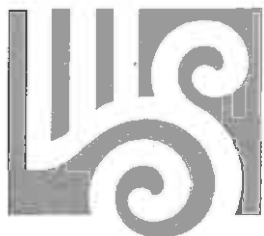
Közönség szervezési és marketing munkaterv

2024

A Weöres Sándor Színház közönség szervezési és marketing tevékenységének intézkedési és ütemterve.

Tartalom

Közönségszervezési és marketing munkaterv	
A Weöres Sándor Színház közönségszervezési és marketing tevékenységének intézkedési és ütemterve	
Marketing és kommunikációs célkitűzés	2
Közönségkapcsolatok fejlesztése	3
Közönségszolgálati és jegyiroda.....	3
Hírlevél rendszer	3
Közönségtalálkozók, szakmai beszélgetések	4
Nézőakadémia	4
Tematikus rendezvények.....	5
Kommunikációs eszközök.....	6
Kommunikációs eszközeink:.....	6
Nyomtatott reklámhordozók.....	6
Digitális reklámhordozók	6
Digitális tartalmak	7
Online és Közösségi média	8
Weboldal: wssz.hu.....	8
Megjelenési ütemterv - 2024.....	11
Bérletrendszer	12
Esélyegyenlőségi kampány	13
Sajtókapcsolatok	14
Médiapartnerek.....	15
Együttműködő médiapartnerek.....	15
Támogatói kapcsolatok fejlesztése	16
Együttműködések megerősítése.....	16
Új partnerek felkutatása.....	16
Merchandising	17
Színházi ajándéktárgyak	17
Affiliate marketing partnerprogram.....	18
Adatvezérelt dinamikus árképzés	19



WEÖRES
SÁNDOR
SZÍNHÁZ

Marketing és kommunikációs célkitűzés

Kiinduló helyzet:

A színházak számára a gazdasági környezet továbbra is kedvezőtlenül alakul. A színházi látogatói kedv ugyan visszatért, de a háztartások szórakozásra fordítható kerete a magas infláció miatt visszaszorul. Miközben a munkaerőmegtartáshoz elengedhetetlen a bérek növelése, a színházak támogatása stagnál, vagy csak kis mértékben nő. Ebben a többszörösen nehezített környezetben kell a színházaknak helytállniuk és felvenniük a versenyt az otthoni kényelemben élvezhető, olcsó streaming szolgáltatásokkal. Ahhoz, hogy a nézőink figyelmét magunkra irányítsuk, továbbra is olyan eszközöket kell igénybe vennünk, amelyek közvetlen elérést biztosítanak a nézők felé, miközben a lehető legkisebb anyagi terhet rónak a színházra.

Az évad indítása: új szlogen, változó arculati elemek

Neked szól... szlogennel kezdtük meg a 2023/2024-es évadot. A kommunikációs célunk az, hogy megmutassuk, a színház mindenki számára nyújt szórakozási lehetőséget. A műsortervünk az általános iskolás korosztálytól a nyugdíjasokig, mindenki számára kínál csemegét. A megújult logó mellé egy fiatalosabb, erős kék színt társítottunk, ami a színház megújulási szándékát jelzi.

Közönségkapcsolatok fejlesztése

A közönséggel való közvetlen kapcsolattartásban a legnagyobb szerepe a közönségszolgálati munkatársaknak van. Szombathely jellegzetes vidéki város, ahol nagy jelentősége van a személyes és közvetlen kapcsolatoknak. A közönség szervezők nap mint nap személyes kontaktusba kerülnek a nézőkkel, marketing kommunikációs szempontból fontos információk, közvetlen visszacsatolások birtokában vannak. A 2024-es évben tovább bővítjük a kapcsolatainkat a civil szervezetekkel, cégekkel, az ELTE_SEK-kel, a szombathelyi, és a megye általános és középiskoláival.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés, fejlesztés,

Közönségszolgálati és jegyiroda

Közönségszolgálati- és jegyirodánk továbbra is várja a személyes találkozást kereső nézőinket. A belvárosi iroda falait az aktuális plakátjaink díszítik, a kirakatában elhelyeztünk egy reklámmonitort, amely dinamikus, változó tartalmakat közvetít a járókelők és a jegyiroda látogatói számára. (lásd.: Digital signage)

Hírlevél rendszer

A hírlevelek szintén a közvetlen nézői kapcsolattartás eszközei, melyek küldése a Mailchimp hírlevélküldő rendszer használatával történik. A rendszer bizonyította a megbízhatóságát. A levelek bérletcsoportokra vagy egyéni felhasználói szintre bontottan küldhetők. A visszajelzések, reakciók alapján, a hírlevelek hatékonysága magas. A hírlevelekbe beágyazva az eddigi gyakorlattól eltérően a statikus tartalmak mellett több mozgóképes anyag is elhelyezhető, összekapcsolva így a színház videómegosztó csatornáját és a hírlevélküldő rendszert. A bérletes nézőkkel való rendszeres kapcsolattartás eszköze, a legfontosabb változásokról, akciókról azonnal sok embert lehet célirányosan értesíteni. Kiemelt feladat a nézők minél szélesebb körben való bevonása a hírlevélrendszerbe. Illetőleg új elemként a színház éves díjazási ünnepségén a közönségzavazás legfontosabb csatornája lesz.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés, fejlesztés,

Közönségtalálkozók, szakmai beszélgetések

A színház új felépítésében helyet kapott egy színházi nevelésre szakosodott munkacsoport, melynek tagjai és a színház új dramaturgja segítségével gyakrabban szervezünk az előadásokhoz köthető háttérbeszélgetéseket, ahol a közönség lehetőséget kap arra, hogy az előadáson felvetett témákat az alkotókkal, illetve szakemberekkel járja körül.

Középiskolások bevonása a színházi életbe:

A tapasztalatok alapján nagy igény van a színházi nevelési programokra, így ezzel is szeretnénk tovább erősíteni a fiatalok bevonását a színházi életbe. A középiskolás korosztály aktív részvételére is számíthatunk a programjaink létrehozásakor. A színházba szoktatás egyik legerősebb eszköze az iskolai színjátszó csoportok működtetése és időnként mentorálása.

További közönségépítő rendezvények:

Ádámok és Évák Ünnepe, középiskolai színjátszó fesztivál

Versünnep a költészet napján

Diákstúdió által létrehozott előadások bemutatása

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: előkészítés, szervezés, lebonyolítás

Nézőakadémia

A szombathelyi egyetemmel régebb óta működő kurzus mintájára létrehozunk egy Nézőakadémiát, ahol a jelentkezők számára mélyebb betekintést nyújtunk a színház világába, az előadások létrejöttének mikéntjébe, a feldolgozás módzataiba. A kurzuson egy félévben 20-30 ember tud részt venni. Előnyt élveznek a jelentkezésnél az „új” nézők, akik számára teljesen ismeretlen még a Weöres Sándor Színház, illetve a színház világa. A lebonyolítás szakmai részét a színház dramaturgja és színházi nevelési szakembere irányítja.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: előkészítés, szervezés, lebonyolítás

Tematikus rendezvények

Kiemelt jelentőséget kapnak az előadásokhoz kevésbé kapcsolódó, ám a társulat és a közönség személyes találkozását szolgáló rendezvényeink. Ezek célja elsősorban nem az előadásaink népszerűsítése, hanem a személyes kapcsolatok fejlesztése kötetlen hangulatú, szórakoztató programokkal. Az előző évek tapasztalatai alapján a társulat tagjai és a színház munkatársai is örömmel vállalnak aktív szerepet a rendezvények sikeres lebonyolításában, és a programok is nagyon népszerűek. A közönség szívesen vesz részt az eseményekhez köthető akciókban is, mint például a nyereményjátékok. Az eddigi rendezvények sorát /Színházak Éjszakája, Diósmáros Advent, Weöres és Fekete, stb./ a jövőben olyan eseményekhez kötődő programokkal szeretnénk bővíteni, mint a Magyar Kultúra Napja, Nőnap, Anyák Napja, Gyermeknap, A Magyar Dráma Napja.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: előkészítés, szervezés, lebonyolítás

Kommunikációs eszközök

Egy lokálpatrióta városban az egyik legfontosabb kommunikációs elem, hogy az előadásnak jó híre keljen, s hogy ezáltal is a város sajátjának érezze a színházat, a színészeket, az előadásokat. A kommunikációs eszközöket úgy kell összehangolni, hogy a gyors információáramlást tegyék lehetővé, hiszen egy-egy előadás bemutatását követően, rövid időn belül meg kell telnie a bérletes előadások sorozatának.

Kommunikációs eszközeink:

Nyomtatott reklámhordozók

- Az előadásokhoz kapcsolódóan **plakát** megjelenítése 30 példányban a város és a vármegye fontosabb intézményeiben elhelyezett beltéri reklámhordozókon.
- Műsorfüzet **havi/kéthavi** megjelenéssel, amely kb 1500 példányban kerül a közönség elé.
- Alkalmi, az adott bemutatóhoz kapcsolódóan a megértést segítő **műsorfüzet** kiadását is tervezzük eseti jelleggel.
- Pályázati támogatást nyertünk az évad bemutatását célzó füzet kiadására. A kiadványban részletesen bemutatásra kerülnek a következő évad tervezett előadásai, alkotói, az előadásokat meghatározó kontextus és a színház művészeti célkitűzései.
- Egy állandó, frekvenciált helyen bérelt **óriásplakát** felületet tartunk fenn.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: szerkesztés, nyomdai egyeztetés

Digitális reklámhordozók

1. Műsortábla / Digital signage

A megújuló/digitális eszközök használata számos előnnyel jár a hagyományos, nyomtatott reklámhordozókhöz képest. Az eszközökbe fektetett egyszeri magasabb beruházási költség gyorsan megtérül, mert a nyomtatott felületekkel ellentétben csak a tartalomelőállításnak van költsége, nincs gyártási költség. Ugyanekkor sokkal nagyobb variációs lehetőséget kínál a szerkesztők számára, hiszen bármikor könnyedén változtatható a tartalom. A statikus képeket felválthatják a dinamikus tartalmak, amelyek jobban felkeltik a célközönség figyelmét. Ennek megfelelően rövid távon tervezzük a színház aulájában elhelyezett nyomtatott műsortábla cseréjét



digitális kijelzőkre, amelyek egy központi szerveren keresztül kapják meg az adott napon megjelenítendő tartalmat. Ez a technológia régóta bevált eszköz a kereskedelemben, a vendéglátásban. Ugyanilyen eszközök telepítése történik a színház megújult jegyirodájában. Ennek előkészítése, tervezése a költségvetés függvényében történik.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés

2. Digitális hirdetőoszlop

Az AGORA Szombathelyi Kulturális Központ üzemeltetésében lévő városi digitális citylight-okon az aktuális műsorunkat, előadásainkról készült reklámokat vetítünk.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés

3. GYSEV kijelzők

A GYSEV vasúti társaság szombathelyi állomását érintő járatain elhelyezett digitális kijelzőkön is megjelennek a színház reklámgrafikái. Az együttműködés keretében a GYSEV a dolgozói számára színházjegyeket vásárol.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés

Digitális tartalmak

1. Reklámfilm

Minden újonnan bemutatott előadásról készül külön forgatott trailer (ezek korábban csak egyszerűbb reklámfilmek voltak). Ezek az előadások tematikájával, hangulatával egyező kisfilmek, melyek inkább figyelemfelkeltők és nem az előadásba nyújtanak betekintést.

2. Podcast, Werk videó

Az előadások próbaidőszakáról, a színházi működésről és egyéb események létrejöttéről készülnek rövid filmek. A célja a közönséget közelebb hozni a színház működéséhez, bepillantást nyújtani a kulisszák mögé. Ezt nagyban elősegíti a 360 fokos kamera használata, mely lehetővé teszi a néző számára, hogy ő maga szabadon nézzen körbe a térben. A 2019/20-as évadtól kezdődően a legtöbb előadáshoz készítünk ilyen anyagot.

3. Egyéb videós tartalmak

Az eseményekről (kampányesemény, gála, premier, közönségtalálkozó stb.) készülő rövid, hír jellegű beszámolókat töltünk fel a színház által üzemeltetett felületekre.

4. Hangreklám

Az előadások előtt a színházteremben lejátszott rövid üzenet. Főként a bérletértékesítési időszakban használt kommunikációs forma.

5. Rádióreklám

A bérletértékesítési kampány időszakában használt reklámeszköz. Helyi rádiókban sugározva.

6. Online banner

A színház partnereinek weboldalán elhelyezett digitális reklámok, amelyeket elsősorban az előadások promóciójában használunk.

Online és Közösségi média

A közösségi média szerepe egyre nagyobb a médiamixben. A nyomtatott sajtó háttérbeszorulásával az online sajtótermékek mellett a közösségi média vette át a hírcsatorna szerepét. A felhasználók már nemcsak az egymás közötti kommunikációra használják őket, hanem „a közösségi média a mindennapi életünk részévé vált, alkalmas eszköz a szabadidő eltöltésére, a kapcsolattartásra, emellett egyre gyakrabban információ forrásként és ügyfélszolgálatként is tekintenek rá a fogyasztók.”¹

Ennek köszönhetően a színház legfontosabb csatornái a közösségimédia platformok. Szükségszerű különbséget tenni az egyes platformok között, nem csak a platformok által kínált megjelenési lehetőségekben, hanem a célcsoportok figyelembevételében is.

Weboldal: wssz.hu

A színház weboldala a színházról szóló információk, a színház üzeneteinek „főhadiszállása”. Itt a közönség számára elérhető minden aktuális és archív tartalom, legyen az szöveges, kép vagy videó. Itt tájékozódhat az érdeklődő a havi műsorról, a jegy- és bérletárakról, illetve minden eseményről, ami a színház életében történik. Jellemzően az itt megjelent tartalmak kerülnek adaptálásra az egyéb online felületeken, platformspecifikus formában és stílusban (Facebook, Instagram).

- Az új színházi honlapunk beváltotta a reményeinket, hiszen az elsődleges célunk az volt, hogy színházi létünk legfőbb alapkövei, **az előadások**

¹ <https://clustermedia.hu/blog/media/mediafogyasztas>

kerüljenek fókuszba. Így a nyitóoldalon mindig a legközelebbi időpontban játszott előadásaink sorrendben futnak és egy kattintással elérhetővé vált az **online jegyvásárlás** is. Felkészült az online jegyértékesítés 25 %-ra, ezt a számot 30 % fölé szeretnénk emelni.

- Az oldalsó menüpontban mérési eredményeink alapján a leggyakrabban látogatott oldalak ikonjait helyeztük el: **Repertoár, Havi műsor, Társulat és Jegyinformációk**. A középső **arany WSSZ-es logó** a kezdőoldalra irányít, bárhova is kattintottunk el.
- Akadálymentesítettük a honlapot, vakok és gyengénlátók számára kifejlesztett olvasóprogram illeszthető oldalunkhoz és minden felkerülő videónk feliratot kap.
- Kiemelten figyeltünk bérletes nézőink kiszolgálására, így a Havi műsorban bérletükre kattintva láthatják a már látott és a még rájuk váró előadások sorát.
- Könnyen elérhetővé tettük közösségi oldalainkat és honlapunk egy gombnyomással éjszakai üzemmódban másik arcát, színvilágát mutatja.
- A három vízszintes vonal ikon is menüpontokat takar: a **Színházról, Sajtószemle, JátsszMa** és **Galéria** jelenik meg. Ez utóbbi a színház fotóit rendszerezi.

A modern köntösbe öltöztetett honlap egy egészen új szemléletet tükröz. A felületen minden olyan, a színházunk életének aktualitásait tükröző információ megtalálható, amelyekre nézőink akár évekre visszamenően is rákereshetnek. A frissítés elérte célját, hiszen 20 %-kal nőtt az előző oldalhoz képest mért látogatottság egy évre lebontva. A cél, hogy minden nézői igény egy kattintással elérhetővé váljon, ezért a keresés, az ajándékkártya és az online bérletvásárlás almenüpontok fejlesztése a következő lépés.

TikTok

Új közösségi platformként TikTok csatornát indított a Weöres Sándor Színház. Felméréseink szerint a 15-20 éves korosztály leginkább itt érhető el. A TikTok csatorna követőszáma egyelőre a közösségi oldalainkon a legkisebb, de folyamatos, igényes, kreatív tartalomfeltöltéssel a cél a nagyobb közösség elérése.

WSSz YouTube csatorna

A színház előadásaihoz kapcsolódó filmek, trailerek, élő adások megjelennek a YouTube videómegosztó oldalon is, a színház profilja alatt. Az előző évi 1446 feliratkozó 1650 várja a tartalmakat, aminek köszönhetően a színházi előadások videóelőzetesei is jelentősen nagyobb látogatottságot érnek el.

Cél a minél széleskörűbb ismertség elérése, ezt szolgálná az előadásokhoz kapcsolódó podcast sorozat elindítása.

WSSz Facebook oldal

A színház Facebook oldala elérte és meg is haladta a 12000 követőről 13000 követőre való ugrást, Jelenleg 13409 követője van a facebook oldalnak. Mint fentebb említettük, a weboldalra, illetve a videó-megosztókra készült anyagok ezen a felületen is láthatók. Az előadások tematikájához kapcsolódóan aloldalak létrehozásával aktív csoportokat építünk. A facebook még mindig nagyobb hatékonysággal működik és több nézőt ér el, mint egy átlagos weboldal. Megkerülhetetlen, hogy a színház a nézői tájékoztatás és véleményformálás elsősorú eszközei között tekintsen rá. A népszerűsége miatti információdömpinggel is meg kell azonban küzdeni, vagyis olyan kreatív, figyelemfelkeltő anyagokkal érdemes megjelenni, ami átmegy a felhasználók ingerküszöbén. Ebben számíthatunk és számítunk is művészeink kreativitására.

Cél a 15000 követői szám elérése 2024-ben, ehhez napi kreatív tartalmak gyártása szükséges.

WSSz Instagram oldal

A színház Instagram oldalának több mint 3000 követője van, itt a színház életével kapcsolatos képriportokat és videóanyagokat helyezzük el. Ezzel az oldallal is aktív csoportok építése a célunk. Az Instagram célcsoportja eltér a Facebooktól. Az oldalon a vizuális tartalom a túlnyomó, így az ezen való megjelenés elsősorban imázs célokat szolgál és kevésbé a hírcsatorna szerepét tölti be. A premiereket végig követhetik a nézők, rendszeres sztori-megjelenésekkel építjük az instagram közösséget, amely a legdinamikusabban bővülő közösségi oldalunk.

Rendszeres megjelenéssel a cél a 4000 követő elérése 2024-ben, ehhez a rendszeres gondozás szükséges.

Megjelenési ütemterv - 2024.

A Magyar Kultúra napja	január 22.
Gyévuska bemutató	február 24.
Színházi Világnap	március 27.
A magyar költészet napja	április 11.
Mikve bemutató	április 19.
Bérlet kampány	május-szeptember
Határvonalak Színházi Fesztivál	május 30. – június 1.
Holdbeli csónakos-díj átadó	június 2.
Weöres Sándor születésnapja	június 22.
Karneválszínház	augusztus 17.
Színházak éjszakája	szeptember 13.
A magyar dráma napja	szeptember 21.
A WSSZ születésnapja	október 1.
Őszi 1. bemutató	szeptember vége
Őszi 2. bemutató	október eleje
Őszi 3. bemutató	december közepe
Színházi Advent	december közepe

Bérletrendszer

ÉVADBÉRLET – a 2024/2025-es évadban 6 előadást tartalmaz, és egész évadra szól

A bérleten belül három típusból választhatnak a nézők:

- **Hétköznapi bérlet** (kedd, szerda, csütörtök, szombat délután)
- **Hétfégi bérlet** (péntek, szombat este)
- **Premier bérlet** (péntek)

Az évadbérlet az ügyfél által választott napra és helyre szól. A bérletben szereplő előadások időpontját a színház határozza meg. Évadbérlettel rendelkező nézőink részére minden hónapban jegyelővásárlási lehetőséget biztosítunk a nyilvános jegyértékesítés megkezdése előtt 1 héttel.

MECÉNÁS BÉRLET egy támogatói bérlet, amellyel a vásárló egy magasabb összeggel támogatja színházát. A csomag tartalmazza a premier bérletet, valamint tulajdonosa számára lehetőséget biztosít a bemutatókat követő zártkörű fogadásokon való részvételre.

SZABADBÉRLET - 5 szabadon választott előadást tartalmaz, egész évadra szól. Nem szól konkrét napra és helyre. A 2023/2024-es évadban bemutatott minden előadásra beváltható tetszés szerinti időpontban, a szabad helyek függvényében. Egy bérlettel egy előadásra egy hely foglalható.

A szabad bérlettel rendelkező nézők számára minden hónapban előfoglalási és jegyvásárlási lehetőséget biztosítunk a nyilvános jegyértékesítés megkezdése előtt 1 héttel.

A bérletkampány témája a megújult kínálat népszerűsítése. Célja a meglévő bérletesek megtartása, a bérletek megújítása, valamint új bérletes nézők toborzása:

Kampányeszközök:

- Rádióreklámok
- Sajtóanyagok kiküldése
- Családi napokon promóciós kitelepülés
- Óriásplakát kampány
- Facebook hirdetéssorozat

Intézkedés: sajtóanyagok készítése, közterület foglalás, marketing anyagok elkészítése, felületek lefoglalása.

Esélyegyenlőségi kampány

Mi lehet a művészet küldetése az esztétikai tapasztaláson túl? Miként válhat a kultúra a társadalmi integráció, a közösségfejlesztés, a szolidaritás élő eszközévé? Hogyan szólhat a kultúra mindannyiunkhoz? Mi úgy gondoljuk, hogy elsősorban előadásaink által. Ugyanakkor már a színházba lépve hatást érhetünk el, gondolkodásra készíthetünk.

Képzeld el...

esélyegyenlőségi plakát-kampány

IDŐPONT: 2024. március, április, május.

HELYSZÍN: színházi aula

A Weöres Sándor Színház társulata elkötelezett a társadalmi esélyegyenlőség általános etikai értékei és alapelvei iránt, úgymint az emberi méltóság tisztelete, szabadság, egyenlőség, igazságosság, szolidaritás, tisztességes bánásmód, erőszakmentesség, különbségek elfogadása, tolerancia. 2023-ban a munkavállalóinkat érintő nemek közötti esélyegyenlőségi akciótervet dolgoztunk ki. A honlapunkat akadálymentesítettük, így a vakok, gyengénlátók és a hallássérültek számára is elérhetők tartalmaink.

Ugyanakkor társadalmi szerepvállalásunk részeként szeretnénk közönségünk felé is képviselni ezen értékeket és egy érzékenyítő kampány keretében felhívni a figyelmet az esélyegyenlőség fontosságára.

Sajtókapcsolatok

A színház működése alatt kiterjedt sajtókapcsolatokra tett szert. Jelenleg a kapcsolatok ápolása, fejlesztése a feladat. A helyi sajtó érdeklődése töretlen. Az országos kulturális médiában is észrevehető a jelenlétünk, viszont itt egy vidéki műhelynek sokkal nehezebb megjelenést elérnie. A média fókuszja nagymértékben a fővárosi vagy az országos hatású eseményekre szűkül. A szombathelyi színház mindennapjait érintő hírek ritkán érik el azt a küszöböt, hogy egy országos hírportál beszámoljon az eseményekről. Bár a médiapiac átalakulásával, centralizációjával és sajtótermékek megszűnésével a médiapaletta kínálata csökkent, továbbra sem elhanyagolható a társadalomra gyakorolt hatása. Az online termékek előretörésével a hírgyártás jelentősen felgyorsult, az információ kompakt és instant jellemzői váltak a legfontosabb tulajdonságaivá. Ezeknek a kihívásoknak felelnek meg a színház médiatartalmai is:

- **sajtóanyagok** készítése és küldése az információ tartalma alapján a leginkább érdekelt médiáknak
- **sajtóközlemény** készítése és küldése a teljes sajtólistának
- **sajtótájékoztatók** összehívása a kiemelt fontosságú események vagy információk közzététele érdekében
- a sajtó által igényelt tartalmak, képek, információk átadása
- az elmúlt években sikeresek voltak a sajtóhétvégék, amikor 10-15 fővárosi újságíró töltött el egy-egy hétvégét a színházban és lehetőségük volt 2-3 előadást megtekinteni, illetve egy sajtóebéden részt venni. Ezek, az aktuális megjelenéseken túl, jó befektetések voltak a jövőre nézve is, viszont a folytatásnak jelentős anyagi korlátai lettek.

A színház számára elérhetetlen a TV reklámok árszintje. A közvéleményre és közízlésre még mindig az egyik legnagyobb hatással lévő médiatípusban szinte csak a közérdeklődésre érdemes művészeink, alkotóink televíziós beszélgetőműsorokban való megjelenésén keresztül van lehetőség. Ennek érdekében nagyon fontos a személyes kapcsolat kialakítása a szerkesztőkkel, riporterekkel, hogy a számukra érdekes személyeken keresztül is növeljük a színház presztízsét, ismertségét.

Médiapartnerek

Együttműködő médiapartnerek

Főként tartalmat szolgáltatunk, a programjainkat jelentetik meg.

helyi médiák:

Vas Népe
 Vaskarika
 Savaria Fórum
 SZTV
 F21.hu
 Savaria Fórum
 Úgytudjuk.hu
 Frisss.hu
 Nyugat.hu
 Tolla
 Univerzoom
 Celldömölk.hu
 Visitbük.hu
 Sárvárikum
 Fotóklub Szentgotthárd
 Vépi Krónika
 Credo Rádió
 Longform.hu
 Köz-hír.hu
 Etalon Magazin
 ORF Burgenland
országos médiák:
 Programturizmus.hu
 Port.hu
 Színház.hu
 Sógópéldány
 Papageno
 Deszkavízió
 Fidelio
 Kultúrpart
 Színház.hu
 Színház.Online
 Vidékszínházak.hu

Vidékszínházak.hu Facebook-profil
 Ellenfény
 Criticai Lapok
 Revizor Online
 Theater.hu
 Színház (folyóirat)
 7ora7.hu
 Színpad-kép
 Színház Tv.com
 Színházport24.hu
 MTI
 Kossuth Rádió
 Katolikus Rádió
 Magyar Narancs
 Magyar Nemzet
 HVG
 Heti válasz
 Médiaklikk
 Színes RTV
 168 óra
 RTL
 TV2
 MTV
 M5
 Figyelő
 Magyar Teátrumi Társaság
 Éva magazin
 Story
 Blikk
 Ridikül
 Vivalamusical
 Műcsarnok
 Jövő Nézőiért – Zöld Színház Projekt
 NMI (Nemzeti Művelődési Intézet)

Támogatói kapcsolatok fejlesztése

Együttműködések megerősítése

A korábbi együttműködési megállapodások megújítása a fontosabb gazdasági szereplőkkel:

BPW Hungária Kft.

Schaeffler Hungária Kft.

TDK Hungary Kft.

Falco Zrt.

Pannonsport Kft.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: személyes találkozók megszervezése

Új partnerek felkutatása

A színház támogatói körének bővítése folyamatos feladat. A helyi vállalkozások együttműködő partnerként való bevonása a színház működésébe fontos eleme a színházi integrációs folyamatnak. Ennek érdekében kidolgozunk egy többlépcsős mecénási rendszer. A tervezett rendszerben a különböző támogatói szintekhez különböző kedvezmények, megjelenési lehetőségek tartoznak. Terveink szerint ebbe a rendszerbe kerül a korábbi Székfoglaló támogatói kör is.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: a rendszer kidolgozása, a potenciális partnerek felkutatása

Pásztor Agnes
adomány

Merchandising

Színházi ajándéktárgyak

Amelyeket saját maguk számára, vagy ajándékozás céljából is megvásárolhatnak a nézők.

- dedikált plakát
- dedikált színészportrék
- pólók
- luftballon
- vászontáska
- kávéscsésze
- stb



Affiliate marketing partnerprogram

A rendezvényekhez kapcsolódó jegyértékesítés jelentős része az online térben bonyolódik. Az online vásárlás a kényelmi funkcióknak köszönhetően egyre nagyobb teret hódít.

A valós élet lassan már minden elemének létezik alternatívája vagy kiterjesztése az online térben. Az emberek átlagosan 5-6 órát töltenek az interneten, a legtöbb impulzus innen éri őket. Itt ismerik meg azokat a márkákat, termékeket, szolgáltatásokat, amelyeket aztán vagy közvetlenül az interneten megvásárolnak, vagy az ott szerzett információkat hasznosítják. Emiatt a cégek marketing tevékenysége és az értékesítés is részben vagy egészben áttevődik az online felületekre. A közösségi média elterjedésével egy újabb irányt kapott az online termék értékesítés. A felhasználók maguk is a marketing és értékesítés aktív szereplőivé léptek elő. A személyek köré épülő csoportok közvetlen elérést biztosítanak a termékeknek. Ezt kihasználva a vállalatok különböző kedvezményekért, termékekért cserébe a véleményvezérek (influencerek) közreműködését vonják be a márka, a forgalmazó saját közösségi média oldalainak népszerűsítésére.

Az **affiliate marketing partnerprogram** ellenben közvetlenül az értékesítési folyamatba vonja be az online térben tevékenykedőket. A megbízott arra kap megbízást, hogy a termék értékesítésében vállaljon szerepet. Ne csak népszerűsítse a márkát, hanem jutalékon keresztül, közvetlenül érdekeltté válik az értékesítésben, miközben nem szükséges beruháznia a termékbe. A terméket vagy szolgáltatást az online térben egy vagy több csatornán a saját eszközeivel mutatja be, blogot, videót, podcastot, stb. készít, amelyeken szubjektív véleményt fogalmaz meg a termékről és a saját szemszögéből, saját kreatív tartalom segítségével ismerteti meg a terméket a saját „közönségével”. Bármely internetes platform alkalmas lehet a partnerprogram céljaira. Az együttműködés során egyfajta jutalékos rendszer kerül kialakításra, így ha egy adott oldalon (pl. blogon) történő megjelenésből keletkezik vásárlás, akkor annak bizonyos százalékát a megjelenítő kapja.

Határidő: folyamatos

Feladatok:

- technikai feltételek kiépítése,
- a partnerprogram szabályzatának kialakítása,
- a partnerprogram megismertetése és népszerűsítése,
- technikai támogatás,
- tartalmi mentorálás

Adatvezérelt dinamikus árképzés

A színház árképzését mindaddig a piaci konkurencia és a költségszámítás elve határozta meg. A színház jegyértékesítési stratégiájának összetettsége, valamint a nézők különböző vásárlási szokásainak megváltozása miatt nemcsak az értékesítési csatornákat kell ehhez hozzáigazítani, hanem célszerűnek tűnik átgondolni a közönség szegmentálását is a vásárlási szokásaikat figyelembe véve. Első lépésként **A Pál utcai fiúk** című előadásunk esetében bevezettük a dinamikus ár képzést. Az eddigi tapasztalatok alapján a nézők megértették és elfogadják ezt az ár képzési metódust, a színház számára pedig többletbevételt jelent egy olyan előadás tekintetében, ahol a nézői érdeklődés folyamatosan jelen van. Ez alapján kijelenthető, hogy a dinamikus árképzés kedvező hatású abban az esetben, ha a bevétel növelése a cél.

Határidő: folyamatos

Feladatok:

további előadások bevonása a dinamikus árképzésbe

