

Közönség szervezési és marketing munkaterv

2025

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

Tartalom

Közönség szervezési és marketing munkaterv	
A Weöres Sándor Színház közönség szervezési és marketing tevékenységének intézkedési és ütemterve	
Közönség kapcsolatok fejlesztése	4
Közönség szolgálati és jegyiroda	4
Hírlevél rendszer	4
Közönségtalálkozók, szakmai beszélgetések	4
Színházi beavatás	5
Tematikus rendezvények	5
Kommunikációs eszközök	7
Kommunikációs eszközeink:	7
Nyomtatott reklámhordozók	7
Digitális reklámhordozók	7
Digitális tartalmak	8
Online és Közösségi média	9
Weboldal: wssz.hu	9
Megjelenési ütemterv – 2025	12
Bérletrendszer	13
Sajtó kapcsolatok	14
Médiapartnerek	15
Együttműködő médiapartnerek	15
Támogatói kapcsolatok fejlesztése	16
Együttműködések megerősítése	16
Új partnerek felkutatása	16
Merchandising	17
Színházi ajándéktárgyak	17
Merchandising bővítése – Online értékesítés indítása	17
Affiliate marketing partnerprogram	18
Adatvezérelt dinamikus árképzés	19
Adatvezérelt marketing – Célzott kommunikáció	19
Fenntarthatósági törekvések – Zöld Színház program	20
Bérlet- és jegyértékesítés – Új szegmensek bevonása	20
Sajtó és influenszer stratégia bővítése	20



Kiinduló helyzet:

Az elmúlt 2 évben fokozatosan sikerült visszaépítenünk a nézői bizalmat. Szerencsére komoly betegség hullám sem befolyásolta a működésünket, valamint némileg normalizálódott a gazdasági környezet. Sajnos a háztartások szórakozásra fordítható kerete a tartósan magas infláció miatt visszaszorul. A produkciók előállításának költsége folyamatosan emelkedik, miközben a nézőszám növekedés és a támogatás kis mértékű növelése is csak a bérek részleges kompenzációjára nyújt fedezetet. Ennek megfelelően a tevékenység fejlesztésére nem nyújt fedezetet. Ez egy olyan folyamat, amely sokszor kényszerű döntéseket eredményez. 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

Alakot ölt a képzelet szlogennel kezdtük meg a 2024/2025-ös évadot. A kommunikációs célunk az, hogy megmutassuk, a színház helyben hoz létre művészi értéket. A helyi alkotótevékenység kiemelkedően fontos a város kulturális életének fenntartásához és fejlesztéséhez. A vizualitás megerősítéseképpen a logo szétválasztásával és két szín használatával új értelmet nyert a színház legfontosabb arculati eleme, ezzel is jelezve azt, hogy minden dolog újraértelmezhető.

Közönségkapcsolatok fejlesztése

A közönséggel való közvetlen kapcsolattartásban a legnagyobb szerepe a közönségszolgálati munkatársaknak van. Szombathely jellegzetes vidéki város, ahol nagy jelentősége van a személyes kapcsolatoknak. A közönségszervezők nap mint nap személyes kommunikációt folytatnak a nézőkkel, marketing és kommunikációs szempontból fontos információk, közvetlen visszacsatolások birtokában vannak. A 2025-es évben tovább bővítjük a kapcsolatainkat a civil szervezetekkel, cégekkel, az ELTE_SEK-kel, Szombathely és a megye általános és középiskolaival.

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, illetve új elemként a színház éves díjazási ünnepségén a közönségszavazás legfontosabb csatornája lesz.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés, fejlesztés,

Közönségtalálkozók, szakmai beszélgetések

A színház újjászervezésével JátsszMa Színházpedagógiai Műhely néven helyet kapott egy színházi nevelésre szakosodott munkacsoport, tagjainak segítségével és

szervezésében, illetve dramaturgok közreműködésével 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 körforgásba. 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

Versűnnep a költészet napján

Diákstúdióink által létrehozott előadások bemutatása

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: előkészítés, szervezés, lebonyolítás

Színházi beavatás

A színház működését bemutató tematikus beszélgetéseket egy épületbejárással kombináljuk. 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 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, Színészbál, Nőnap, Anyák Napja, Gyermeknap, A Magyar Dráma Napja.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: előkészítés, szervezés, lebonyolítás



Kommunikációs eszközök

Egy lokálpatrióta városban van egy bázis réteg, a bérletes nézőink, akikre egész évadban támaszkodhatunk. A kommunikációs eszközök között az egyik cél, az ő számuk növelése. A másik a jegyvásárlásra való ösztönzés. A célkitűzésünk, hogy a nézők kötődjenek színészeinkhez, az intézményhez. A kommunikációs eszközöket úgy kell összehangolni, hogy megtartsuk a magas művészi színvonalat, ugyanakkor a kor kihívásainak is eleget tegyünk.

Kommunikációs eszközeink:

Nyomtatott reklámhordozók

- Az előadásokhoz kapcsolódóan **plakát** megjelentetése 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 a színház aulájában a nyomtatott műsortáblát digitális kijelzőkre cseréltük, amelyek

egy központi szerveren keresztül kapják 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 csatornáit a közösségi média 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” a hivatalos információk megjelenítési platformja. Itt a közönség számára elérhető minden aktuális és archív tartalom, legyen az szöveges, kép vagy videós. 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).

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

- Honlapunkon az elsődleges célunk az volt, hogy színházi létünk legfőbb alapkövei, **az előadások** kerüljenek fókuszba. Így a nyitóoldalon mindig a legközelebbi időpontban játszott előadásaink sorrendje fut és egyetlen kattintással elérhetővé vált az **online jegyvásárlás** is. tapasztalat, hogy az online jegyértékesítés volumene évről évre dinamikusan nő..
- Az oldalsó menüpontban mérési eredményeink alapján a leggyakrabban látogatott aloldalak 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. Idén bővítettük a menüpontot a nézői igények alapján: **Online jegyvásárlás, online szabadbérlet vásárlás, online ajándékkártya vásárlás és Támogatóink almenüpontokkal**.

A felületen minden olyan, a színházunk életének aktualitásait tükröző információ megtalálható, amelyekre nézőink akár évekre visszamenően is rákereshetnek. A cél, hogy minden nézői igény egy kattintással elérhetővé váljon. A jövőben a támogatók minél szélesebb megjelentetését tűztük ki célunk.

2024-ben (naptári év) a wssz.hu látogatottsága:

Aktív felhasználók 113 ezer 86,0%

Megtekintések: 750 ezer 74,3%

Eseményszám 1,7 millió

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. Jelenleg 1071 követője van az oldalnak, 10 ezer megtekintéssel. (2025. januári adat).

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 után idén már 1650 feliratkozó várja a tartalmakat, aminek köszönhetően a színházi előadások videóelőzetesei is jelentősen nagyobb látogatottságot érnek el.

A YouTube amellett, hogy videós tartalmak elérhetőségét teszi lehetővé, archiválási célokat is szolgál.

WSSz Facebook oldal

A social platformok közül a színház számára legkiemelkedőbb a Facebook oldal.

A színház Facebook oldala elérte és meg is haladta a 14500 követőt, jelenleg 14568 követője van az oldalnak. Mint fentebb említettük, a weboldalra, illetve a videómegosztókra 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 elsőszámú 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 16000 követői szám elérése 2025-ben, ehhez napi kreatív tartalmak gyártása szükséges. Reels videók, játékok, igényes képi anyagok.

WSSz Instagram oldal

A színház Instagram oldalának közel 3350 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 közönségét.

Rendszeres megjelenéssel a cél a 4000 követő elérése 2025-ben, ehhez a rendszeres gondozás szükséges.

Megjelenési ütemterv – 2025.

Flóra bemutató	január 09
A Magyar Kultúra napja (Ádámok és Évák ünnepe)	január 22.
Színészbál	február 15.
Színházi Világnap	március 27.
Furcsa pár	március 28.
A magyar költészet napja (Weöres-versjáték)	április 11.
A Noszty fiú esete Tóth Marival	április 14.
Bérlet-kampány	május 02.
Holdbeli csónakos-díj átadó	május-szeptember
Weöres Sándor születésnapja	május 31.
Karneválszínház	június 22.
Színházak éjszakája	augusztus 14.
A magyar dráma napja	szeptember 13.
A WSSZ születésnapja	szeptember 21.
Őszi 1. bemutató	október 1.
Őszi 2. bemutató	október 3.
Őszi 3. bemutató	október 17.
Színházi Advent	december 5.
	december közepe

Bérletrendszer

ÉVADBÉRLET – a 2025/2026-os évadban is 6 előadást tartalmaz, és egész évadra szól

Bérletvásárláskor három típusból választhatnak a nézők:

- **Hétköznapi bérlet** (kedd, szerda és csütörtök este, 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 bérlefajta*, amellyel a vásárló egy magasabb összeggel támogatja a színházat. 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 2025/2026-os 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.

Sajtókapcsolatok

A működése során színházunk 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 fókusza 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
- a korábbi 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
Ügytudjuk.hu
Frisss.hu
Nyugat.hu
Tollal
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
Súgópéldány
Papageno
Deszkavízió
Fidelio
Kultúrpart
Színház.hu
Színház.Online
Vidékszínházak.hu

Vidékszínházak.hu Facebook-profil
Ellenfény
Critikai 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 és új szereplők bevonása 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.

Legújabb partnereink:

Galambos Logistic Kft.

PharmaTrans Hungary Kft.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: a rendszer kidolgozása, a potenciális partnerek felkutatása

Merchandising

Színházi ajándéktárgyak

A korábbi tapasztalatok alapján a nagy mennyiségben legyártott ajándéktárgyak sokszor raktáron maradtak. Nehéz előre megítélni egy-egy termékre vonatkozó keresletet. Emiatt a hagyományos értékesítésről áttérünk az egyedi online termékek értékesítésére. Ennek nagy előnye, hogy minimalizálja a kockázatot, ellenben az egyedi gyártás miatt növeli a bekerülési költségeket, valamint a szállítási határidőt. Az általános image jellegű termékek mellett megjelenhetnek produkciókhoz, vagy eseményekhez kötött limitált szériás termékek is.

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

Merchandising bővítése – Online értékesítés indítása

Új intézkedés:

- Limitált szériás színész-termékek.
- Webshop indítása.
- Bérletesek elővásárlási lehetősége.

Határidő: 2025. II. negyedév

Intézkedés: termékfejlesztés, webshop



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 mindeddig 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 árképzést. Az eddigi tapasztalatok alapján a nézők megértették és elfogadják ezt az árképzési 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

Adatvezérelt marketing – Célzott kommunikáció

Új intézkedés:

- Hírlevél szegmentáció.
- Online közönségkutatás nyereményjátékkal.
- Adatalapú hirdetés optimalizálás.

Határidő: 2025. év folyamán

Intézkedés: adatgyűjtés, elemzés, kampány

Fenntarthatósági törekvések – Zöld Színház program

Új intézkedés:

- Zöld Színház program indítása.
- Fenntartható jegyek, zöld kampányok.

Határidő: 2025. tavasz

Intézkedés: program kidolgozás, kampány

Bérlet- és jegyértékesítés – Új szegmensek bevonása

Új intézkedés:

- Baráti ajánlás program indítása.
- Early bird kampányok.

Határidő: 2025. bérletkampány

Intézkedés: ajánlatcsomag, kampány

Sajtó és influencerszer stratégia bővítése

Új intézkedés:

- Sajtóhétvégék újraindítása influencerszerekkel.
- Portrék, emberi történetek erősítése.
- ORF Burgenland célzott elérés.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: sajtó- és influencerszer kapcsolatok

HATÁROZAT

A Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. 2025. évi közönségszervezési és marketing munkatervének elfogadása

6./2025. (IV.16.) a Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. Felügyelő Bizottságának határozata.

Határozat:

A Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. 2025. évi közönségszervezési és marketing munkatervét elfogadja, egyhangúlag, ellenszavazat nélkül.

A Weöres Sándor Színház Nonprofit Kft. Felügyelő Bizottságának ezen határozata mindenben megegyezik a Felügyelő Bizottság 2025. április 16-ai jegyzőkönyvének szövegével.



Lukács Dániel
FEB elnök



Szabó Tibor
ügyvezető igazgató

Kelt: Szombathely, 2025. április 16.

