

K/491-1/2022

Közönszervezési és marketing munkaterv

2022

A Weöres Sándor Színház közönszervezési és marketing tevékenységének intézkedési és ütemterve.



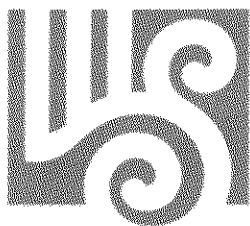
Tartalom

Közönség szervezési és marketing munkaterv	
A Weöres Sándor Színház közönség szervezési és marketing tevékenységének intézkedési és ütemterve	
Marketing és kommunikációs célkitűzés	1
Közönség kapcsolatok fejlesztése	2
Közönségszolgálati és jegyiroda	2
Hírlevél rendszer	2
Közönségtalálkozók, szakmai beszélgetések	3
Nézőakadémia	3
Tematikus rendezvények	4
Kommunikációs eszközök	5
Egy lokálpatrióta városban az egyik legfontosabb, hogy az előadásnak jó híre legyen! A város sajtójának érezze a színházat, a színészeket az előadásokat. A digitális világ térnyerésével nagyobb hangsúlyt kap a színház életében a közösségi oldalakon való jelenlét, a 2022. januárjában megújult honlap is a kor igényeinek megfelelő, modern felületet kapott	5
Kommunikációs eszközeink:	5
Nyomtatott reklámhordozók	5
Digitális reklámhordozók	5
Digitális tartalmak	7
Online és Közösségi média	7
Megjelenési ütemterv - 2022	11
Bérletrendszer	12
Sajtókapcsolatok	13
Médiapartnerek	14
Együttműködő médiapartnerek	14
Támogatói kapcsolatok fejlesztése	13
Együttműködések megerősítése	13
Új partnerek felkutatása	13
Merchandising	14
Színházi ajándéktárgyak	14
Affiliate marketing partnerprogram	15
Adatvezérelt dinamikus árképzés	17

Tartalomjegyzék



.....



WEÖRES
SÁNDOR
SZÍNHÁZ

Marketing és kommunikációs célkitűzés

Kiinduló helyzet:

A színházakat a 2020-ban kezdődő járványhelyzet alapjaiban rengette meg. A rendes működés csak átmenetileg, időszakosan volt lehetséges. A bizonytalan helyzet 2021-ben is folytatódott egy csonka évaddal, hiszen az év első felében hónapokra bezárt a színház a vírushelyzet miatt. A műsorpolitikai célt, miszerint az ősszel kezdődő 2021/2022-es szezon tervezett műsorrendjét már ne befolyásolják az előző évad elmaradt előadásai, sikerült betartani. A 2021-es őszi új évadnak úgy vágtunk neki, hogy a bérleteket kijátszottuk. A 2021-es őszi évadkezdés jól sikerült, a negyedik hullám kezdetéig. Addig jó nézőszámokat tudtunk elkönyvelni, ám a Mindenszentek után bevezetett maszkviseléssel és a fertőzöttek számának emelkedésével egyidejűleg jelentősen csökkent a színházba járók száma. 2022. januárjában a színházat is elérte a betegség hullám, 11 előadást kellett elhalasztanunk csak ebben a hónapban. Ebben a vírus által meghatározott élettérben, amikor napról napra változott a színház műsorrendje, igyekeztünk a higgadt, őszinte kommunikációt képviselni.

Az évad indítása: új szlogen, új arculati elemek

Új évad, új szerelem szlogennel visszük a 2021-2022-es évadot, utalva arról, hogy fiatalodott a társulat, és a darabjaink többsége a szerelem köré épül. A színház marketing és kommunikációs tevékenysége friss lendületet kapott az igazgatóváltással és az új arculat kidolgozásával. Új színvilágot kapott a logó, a bordó helyett **arany színnel** jelenünk meg, új társulati képek készültek, az arany szín dominálásával. Megújult az aula, az eddigi bordót világosabb színek, levegősebb élettér váltotta.

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 közönségszervezők nap mint nap személyes kontaktusba kerülnek a nézőkkel, marketing kommunikációs szempontból fontos információk, közvetlen visszacsatolások (feedback) birtokában vannak. A 2022-es évben folyamatosan bővítjük és megyei szintre kiterjesztjük a nézők behívását a színházba. Kiemelt stratégiai pont a fiatalok megnyerése, így körbejárjuk először Szombathely, majd a megye középiskoláit élő kapcsolatot építve a pedagógusokkal és a városok, falvak közművelődési megbízottjaival.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés, fejlesztés,

Közönségszolgálati és jegyiroda

2021 őszén elkészült a külső és belső átalakításon átesett jegyiroda, amelyet arculati váltás is követ. A szervezési csoport új megnevezése **Közönségszolgálati- és jegyiroda** lett, amely hűen tükrözi a szolgáltatás jellegét. Az iroda 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 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:

Osztályteremszínházi előadást hozunk létre: Szophoklész Antigoné című drámájából, melyet középiskolai osztályokba viszünk ki 2022. március, április és május hónapokban. Az előzetes felmérések alapján nagy igény van a színháznevelési programra, így ezzel is szeretnénk tovább erősíteni a fiatalok bevonását a színházi életbe.

További közönségépítő rendezvények:

Ádámok és Évák Ünnepe, középiskolai színjátszó fesztivál Az ember tragédiája feldolgozása,

Kritikáíró pályázat – A színház előadásairól író középiskolások között.

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 módozataiba. 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, illetve farsangkor Színészbál megtartását is tervezzük.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: előkészítés, szervezés, lebonyolítás

Kommunikációs eszközök

Egy lokálpatrióta városban az egyik legfontosabb, hogy az előadásnak jó híre legyen! A város sajátjának érezze a színházat, a színészeket az előadásokat. A digitális világ térnyerésével nagyobb hangsúlyt kap a színház életében a közösségi oldalakon való jelenlét, a 2022. januárjában megújult honlap is a kor igényeinek megfelelő, modern felületet kapott.

Kommunikációs eszközeink:

Nyomtatott reklámhordozók

- Az előadásokhoz kapcsolódóan **plakát** megjelentetése 100 példányban a város és a Megye fontosabb intézményeiben, kültéri reklámhordozókon.
- Műsorfüzet **havi/kéthavi** megjelenéssel, amely 3000-5000 példányban kerül a közönség elé.
- Alkalmi, az adott bemutatóhoz kapcsolódóan a megértést segítő **műsorfüzet** kiadását is tervezzük eseti jelleggel.
- Terveink között szerepel egy **Színházi Magazin** kiadása, amely meghatározott rendszerességgel kerülne Szombathely és a megye lakosainak a postaládájába. A színes kulturális magazin tartalmát a színházhoz és a társ művészetekhez köthető események, az előadásokhoz kapcsolódó társadalmi kérdések, jelenségek, a színészek életével kapcsolatos szoftbulvár hírek, valamint egyéb, a város és a megye kulturális életéhez köthető események adják.
- A járványügyi korlátozások feloldását követően a lehető legrövidebb idő alatt kell elérni a lehető legtöbb nézőt. Ehhez nagy segítség a városban frekvenciált helyeken elhelyezett **óriásplakátokon** indított reklámkampány.

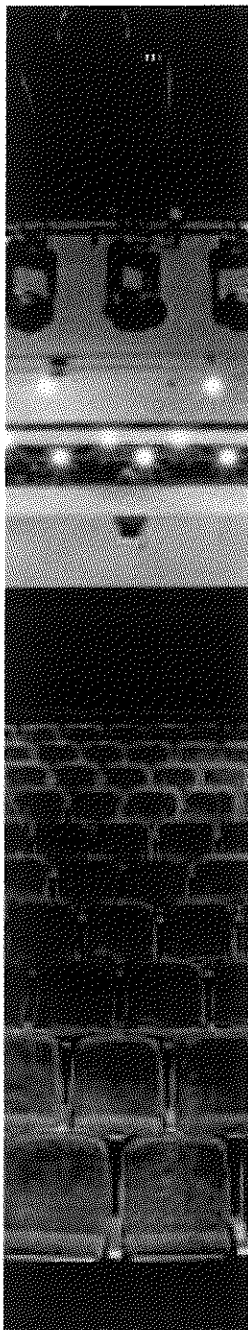
Határidő: folyamatos

Intézkedés: szerkesztés, nyomdai egyeztetés

Digitális reklámhordozók

1. Műsортábla / Digital signage

A megújuló/digitális eszközök használata számos előnnyel jár a hagyományos, nyomtatott reklámhordozókhoz képest. Az eszközökbe fektetett egyszeri magasabb beruházási költség gyorsan megtérül, mert a nyomtatott felületekkel ellentétben csak a tartalomelőállításnak van költsége, nincs gyártási költség. Ugyanakkor sokkal nagyobb variációs lehetőséget is 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 műsортábla 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. Ugyanígy eszközök telepítése történik a színház megújult jegyirodájában. Ennek előkészítése, tervezése a költségvetés függvényében történik.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés

2. Kültéri vetítő felület

Az épület homlokzatán elhelyezett LED-fal, az épület előtti közterületen közlekedők, illetve az előadásra érkező közönség számára kínál mozgóképi tartalmakat a fent nevezett *digital signage* technológia használatával. Felmerült annak a lehetősége, hogy ezt a reklámhordozót egy forgalmasabb helyre áthelyezve, nagyobb közönséghez jutnának le a színház üzenetei. A LED-fal technikai jellemzői miatt a jelenlegi hely csak részben szolgálja ezt a célt, mert a színház főbejáratához közeledve 5-10 méteren belül a pixeltávolság miatt a kép nehezebben kivehetővé válik. Az megjelenítő ideális elhelyezése a nézőtől mért legalább 10-15 méteres távolságban lenne. Erre vonatkozóan tárgyalásokat kezdeményezünk az Önkormányzattal a megjelenítő áthelyezéséről.

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés

3. Digitális hirdetőoszlop

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

Határidő: folyamatos

Intézkedés: üzemeltetés

4. 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. 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. Az 2019/20-as évadtól kezdődően, a legtöbb előadáshoz készítünk ilyen anyagot.

3. Videó beszámoló

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.

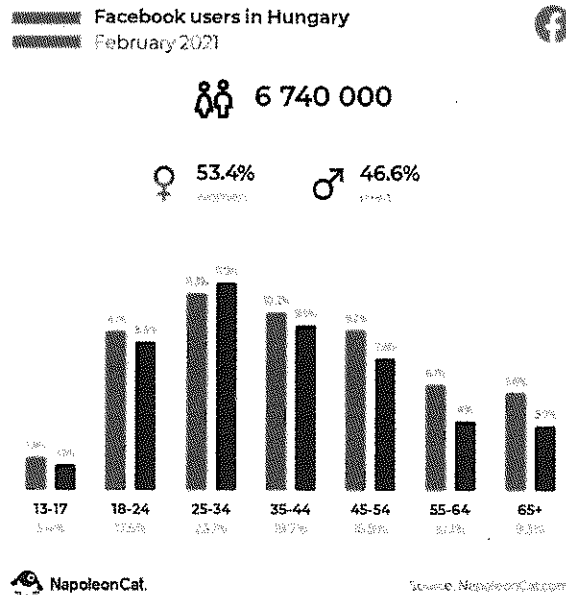
6. Online banner

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, de

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 hivatalos oldala, a wssz.hu 2022-ben megújult!

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 video. Itt tájékozódhat a havi műsorról, a jegy és bérletárakról, minden eseményről, ami a színház életében történik. Jellemzően az itt megjelent tartalmak kerülnek adaptálásra az egyéb online felületeken, platformspecifikus formában és stílusban (Facebook, Instagram).

A színházi weboldal megújítása:

Nemcsak külsőben változott a Weöres Sándor Színház hivatalos oldala, de praktikus funkciókkal bővült és egy új, nézőbarát szemléletet is tükröz. Több, mint 10 éves volt a Weöres Sándor Színház régi honlapja és bár az évek alatt többször is igazítottunk rajta, megérett a változásra. Január közepe óta érhető el a megújult felület, a tesztüzem után összefoglaltuk a legfontosabb változásokat.

- Az új színházi honlaponál az elsődleges célunk az volt, hogy színházi létünk legfőbb alapkövei, az **előadások** kerüljenek fókuszba. Így a nyitóoldalon mindig a legközelebbi időpontban játszott előadásaink sorrendben futnak és egy kattintással elérhetővé vált az **online jegyvásárlás** is.

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

- 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.
- Fontos változás, hogy színészeink, alkotóink nevére kattintva játszott szerepeik, eddigi munkáik listája nyílik ki és színházi életük fotógalériája is megjelenik.
- 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, Ráadás, JátsszMa és Galéria** jelenik meg. Ez utóbbi a színház fotóit rendszerezi.

A modern köntösbe öltöztetett új honlap egy egészen új szemléletet tükröz, melyen minden olyan információ megtalálható, amit nézőink akár évekre visszamenően is kereshetnek, és ami ugyanakkor éppen az színházi élet aktualitásait tükrözi.

WSSz YouTube csatorna

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

Cél a széleskörűbb ismertség elérése, előadásokhoz kapcsolódó podcast sorozat indítása 2022-ben.

WSSz Facebook oldal

A színház Facebook oldalának több mint 11943 követője van. Mint fentebb említettük, a weboldalra, illetve videó megosztókra készült anyagokat 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 átmege a felhasználók ingerküszöbén. Ebben számíthatunk és számítunk is művészeink kreativitására.

Cél a 13000 követői szám elérése 2022-ben, ehhez napi kreatív tartalmak gyártása szükséges.

WSSz Instagram oldal

A színház Instagram oldalának több mint 2493 követője van. A színház életével kapcsolatos képriportokat és videóanyagokat helyezünk el itt. 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, rendszerese sztori megjelenésekkel építjük az Instagram közösséget, amely a legdinamikusabban bővülő közösségi oldalunk.

Rendszeres megjelenéssel a cél a 2700 követő elérése 2022-ben, ehhez a rendszeres gondozás szükséges.

Megjelenési ütemterv - 2022.

A Magyar Kultúra napja	január 22.
A játszma vége	január 31.
Abigail bulija	február 12.
Színházi Világnap	március 27.
A magyar költészet napja	április 11.
Bérlet kampány	május-szeptember
A Teljesség felé Fesztivál	május 28-30.
Holdbeli csónakos-díj átadó	június
Weöres Sándor születésnapja	június 22.
Karneválszínház	augusztus (?)
Színházak éjszakája	szeptember 13.
A magyar dráma napja	szeptember 21.
A WSSZ születésnapja	október 1.
Őszi 1. bemutató	október 1.
Őszi 2. bemutató	október 15.
Színháznevelési bemutató	október
Őszi 3. bemutató	december 3.
Színházi Advent	december 12.

Bérletrendszer

ÉVADBÉRLET - 6 előadást tartalmaz, és egész évadra szól

A bérleten belül három típusból választhatnak a nézők:

- **Hétköznapi bérlet** (kedd, szerda, csütörtök, szombat délután)
- **Hétfői 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 jegy elővásárlási lehetőséget biztosítunk a nyilvános jegyértékesítés megkezdése előtt 1 héttel.

ÚJ! MECÉNÁS BÉRLET egy támogatói bérlet, amely tartalmazza a premier bérletet, valamint lehetőséget biztosít a részvételre a bemutatókat követő zártkörű fogadásokon, és magasabb összeggel támogatja színházat.

ÚJ! SZABADBÉRLET - 5 szabadon választott előadást tartalmaz, egész évadra szól. Nem szól konkrét napra és helyre. A 2021/2022-es évadban bemutatott minden előadásra beváltható tetszés szerinti időpontban 2022. június 15-ig, 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

Határidő: 2022. szeptember

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

Sajtókapcsolatok

A színház a 13 éves 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. Sajnos egy vidéki műhelynek mégis sokkal nehezebb megjelenést elérnie. A média fókuszja általában nagy mértékben a fővárosi vagy ténylegesen 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, ám 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 sajtóhétfőgék, amikor 10-15 fővárosi újságíró töltött el egy hétfőjét 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.

A színház számára általában 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
Friss.hu
Nyugat
Tollal
Univerzoom
Celldömök.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
Vidékisínházak.hu

Vidékisínházak.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 a fontosabb gazdasági szereplőkkel:

Opel Szentgotthárd Kft.

BPW Hungária Kft.

Schaeffler Hungári Kft.

TDK Hungary Kft.

Határidő: 2022. december.

Intézkedés: személyes találkozók megszervezése

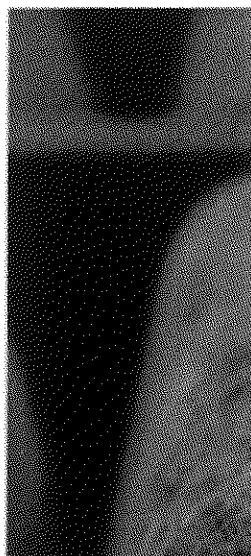
Új partnerek felkutatása

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.

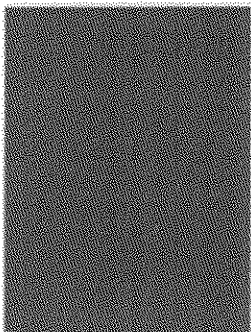
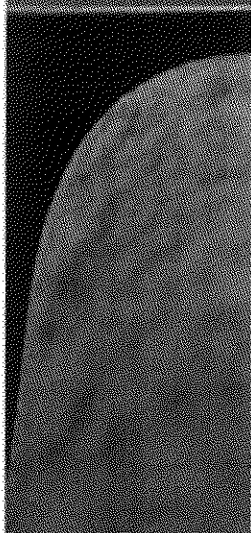
- Új partnerként a Falco ZRT. jelent meg a színház életében. Faültetési akcióval és a színház tereinek megújításához szükséges faanyagokkal támogatja a színházat 2022-ben.
- Továbbá együttműködés lépett életbe a Falco KC Szombathely kosárlabda csapatával, amely a Legyen mindig Telt ház! szlogennel egymás erősítését, közös programok szervezését, közös kampányok indítását jelenti a 2022-es évben.
- Az ELTE Savaria Egyetemi központ stratégiai partnere lesz a Weöres Sándor Színháznak. Ennek kidolgozása folyamatos.

Határidő: folyamatosan

Intézkedés: a rendszer kidolgozása, a potenciális partnerek felkutatása



Pasztor Agnes
adomantya

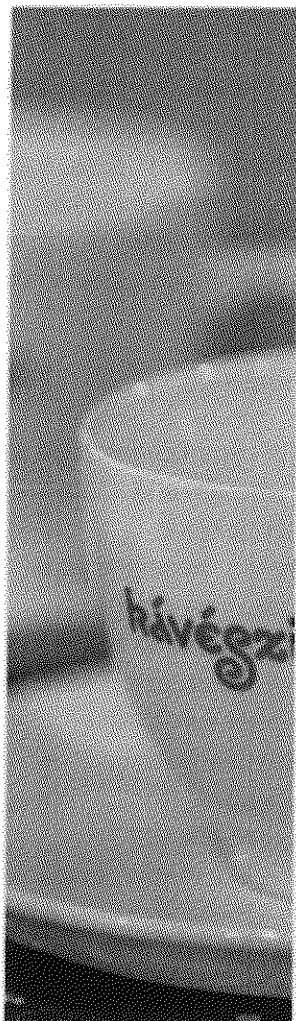


Merchandising

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 színházi látogatói szokások megváltoztak. A járvány és a miatta bevezetett korlátozások eredményeként a rendezvények látogatottsága jelentősen visszaesett. A nézők elköteleződése szignifikánsan csökkent, a korábbi bérletesek jelentős része nem választotta újra a nagyobb kötöttséget jelentő bérletrendszert. Emiatt a következő év(ek)ben a jegyvásárlás ösztönzését is kiemelt marketingcélként kell meghatározunk. A rendezvényekhez kapcsolódó jegyértékesítés jelentős része az online térben bonyolódik. Az online vásárlás a kényelmi funkcióknak köszönhetően egyre nagyobb teret hódít.

Az új marketing célok új marketing eszközöket igényelnek.

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 értékesítése 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 elérését 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. Ez a partnerség első sorban népszerűség növekedést eredményezhet, de az értékesítési adatokat közvetlenül nem növeli.

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.

A partnerprogram felépítése egy többlépcsős folyamat, amelynek az előkészítése több hónapos feladat, így a program bevezetése a 2022/23-as színházi évad elejére várható.

Határidő: 2022. szeptember

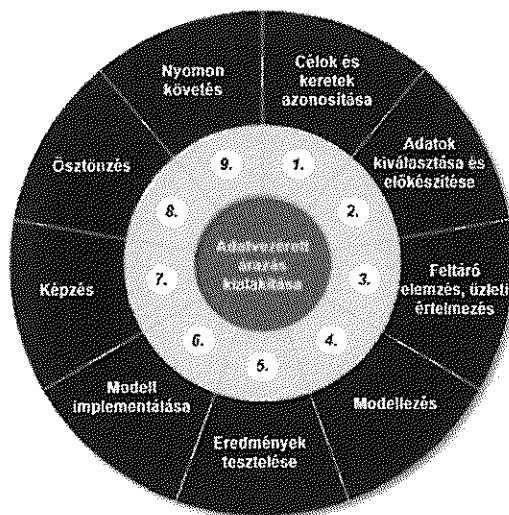
Feladatok:

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

Adatvezérelt dinamikus árképzés bevezetésének előkészítése

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 nem csak az értékesítési csatornákat kell ehhez hozzáigazítani, hanem célszerűnek tűnik átgondolni a közönség szegmentálását is a vásárlási szokásaikat figyelembe véve. „Az értékesítők tapasztalata, piacismerete és intuíciója sokat érő input az árazási döntés során. Azonban több száz termék, sokféle vevőnek, akár több csatornán történő értékesítése túl komplex helyzetet teremt ahhoz, hogy pusztán megérzések alapján meg lehessen határozni minden kombinációra a megfelelő árat.”²

A **dinamikus árképzés** egy sikeres modell az online értékesítésben, amelynek adaptálása a kulturális szolgáltatás piacán is időszerűnek tűnik. A marketing és a jegyértékesítés területe egyre inkább az online térbe tevődik át, így az módszer adaptálására is egyre inkább lehetőség nyílik, amelyet a bevezetését követően át lehet ültetni az offline értékesítésbe is.



² <https://www.controllingportal.hu/9-lepes-az-adatvezerealt-arazashoz/>

Az árképzés alapját egy a színház által összeállított paraméterrendszer határozza meg, amelyet egy a színház marketing, közönségszervezési és értékesítési céljaihoz, valamint a vásárló egyéni igényeihez kell igazítani. Ebben az árképzésben teljességgel elképzelhető, hogy ugyanazt a szolgáltatást különböző áron vásárolják meg különböző időpontban, vagy egyidőben különböző csatornákon. A rendszert végeredményben egy algoritmus működteti, amely az adott paraméterek alapján határozza meg a vevő számára az árat. Az adatvezérelt árazást a releváns adatok statisztikai módszerekkel történő elemzésén keresztül lehetséges kialakítani.

Az új árképzés bevezetése egy komoly előkészítő munkát igényel, ezért a teljes bevezetése gazdasági éven átnyúló feladat.

Határidő: 2022. december

Feladatok:

- A jelenlegi jegyértékesítési rendszert alkalmassá kell tenni a dinamikus árazás kezelésére,
- adatgyűjtés, adatfeldolgozás,
- informatikai fejlesztés,
- ügyintézők képzése,
- az árképzés szabályzatának kialakítása

