

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ, НАПРАВЛЕННЫХ НА ПОПУЛЯРИЗАЦИЮ БЕЛОРУССКОГО СПОРТА

М. В. Машурова

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

В настоящее время одной из проблем белорусского спорта является низкая осведомленность населения о спортивной деятельности белорусских организаций, команд и отдельных спортсменов. За рубежом некоторые спортивные команды настолько позаботились о своем бренде, что могут позволить себе полностью не зависеть от государственного финансирования. Для улучшения узнаваемости белорусских спортивных организаций необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных на популяризацию белорусского спорта.

Для популяризации белорусского спорта нами были выбраны следующие средства распространения:

- наружная реклама;
- работа с социальными сетями.

Наружная реклама — графическая, текстовая либо иная информация рекламного характера, которая размещается на специальных временных или стационарных конструкциях, расположенных на открытой местности, а также на внешних поверхностях зданий, сооружений, на элементах уличного оборудования, над проезжей частью улиц и дорог или на них самих, а также на автозаправочных станциях [2].

Рассмотрим характеристики наружной рекламы [2].

Для наружной рекламы характерен наибольший охват аудитории, благодаря чему рекламная информация быстро распространяется. Большие габариты и ее яркость привлекает внимание большого количества людей, что увеличивает процент осведомленности потенциальных клиентов о товарах или услугах.

Для популяризации спорта разместим рекламное обращение на билбордах, так как этот способ контакта охватывает наибольшее количество людей.

Билборд – рекламный щит, представляющий собой наружную рекламу, как правило, устанавливаемую вдоль улиц, трасс [4]. На сегодняшний день это один из самых распространенных способов уличной рекламы.

В настоящее время появилось много билбордов с изображениями знаменитых спортсменов. Однако подрастающему поколению уделяется мало внимания. Для того чтобы привлечь интерес молодежи к спортивным достижениям и спорту в Беларуси в целом, следует разместить билборды с изображениями детей и подростков, которые уже добились определенных результатов в своей спортивной деятельности, а также добавить слоган «Спортивная молодежь – гордость страны!». Это покажет, что быть спортсменом – престижно и что страна гордится своими чемпионами.

Для создания наружной рекламы воспользуемся услугами компании «Билборды ИП Черненко». Это самая большая билбордная сеть в Гомеле.

Данная компания предлагает несколько разработанных пакетов размещения билбордов. Самый оптимальный для наших целей – «Кругозор» [1]. В городе Гомеле компания «Билборды ИП Черненко» размещает 5 билбордов. Каждые 2 недели происходит смена места размещения билбордов, все места в черте города определяет специалист компании.

Стоимость этой услуги составит около 1500 BYN [1]. Средний охват каждого из 5 баннеров составляет 1200 машин в час. Следовательно, за 15 часов в сутки (время,

когда поток машин наиболее активен), за 31 день охват 5 баннеров составит 2790000 машин.

Далее можно рассчитать тарифную ставку 5 баннеров в расчете на 1000 контактов с ними по формуле

$$Ц_{\text{ча}} = \frac{T_{\text{б}} \cdot 1000}{Ч_{\text{к}}},$$

где $Ц_{\text{ча}}$ – цена на 1000 контактов; $T_{\text{б}}$ – тариф за баннеры; $Ч_{\text{к}}$ – число контактов с баннерами.

$$Ц_{\text{ча}} = \frac{1500 \cdot 1000}{2790000} = 0,54.$$

Получаем, что цена на 1000 контактов составляет 0,54 BYN.

Далее рассмотрим продвижение в социальных сетях. Часто сообщества и социальные сети с точки зрения продвижения становятся более эффективным инструментом, чем любые иные средства связей с общественностью, в силу того что сообщества позволяют устанавливать контакт с аудиторией напрямую.

Новое сообщение в сообществе или блоге называется пост (от англ. *to post* – отправлять) [3]. Появление интересной и привлекательной (аттрактивной) информации в сообществе стимулирует бесплатное распространение ее членами сообществ, а также блогерами, подписанными на обновления в данном сообществе. Распространение статусов в других блогах или сообществах называется репост.

Еще одним важным средством массовой коммуникации являются социальные сети обмена фотографиями и видеозаписями, что очень привлекательно с точки зрения визуального восприятия новостей и интересных фактов. Наибольшей популярностью среди подобных инструментов пользуется *instagram.com*, но возможности поста или обмена визуальными изображениями есть у всех популярных социальных сетей.

Уже сейчас некоторые сообщества и блоги конкурируют по популярности и достоверности сообщений со средствами массовой информации (СМИ). Более того, любое традиционное СМИ с готовностью цитирует статусы в блогах и сообществах известных людей и компаний, что обеспечивает дополнительные возможности по распространению важной информации.

Для нас представляют интерес такие социальные сети как Вконтакте, Instagram и Telegram. В них и будет сосредоточена большая часть рекламы.

Для качественной организации продвижения в социальных сетях необходимо нанять SMM-специалиста, который займется написанием постов, информировании о ближайших спортивных событиях, продвижением аккаунтов спортивных организаций, а также созданием чат-ботов. Средняя зарплата SMM-специалиста будет составлять 900 BYN [6].

Чат-бот – это компьютерная программа, которая создана для имитации речевого поведения человека при общении с одним или несколькими собеседниками [8]. Активно используется в социальных сетях.

Говоря о социальных сетях необходимо упомянуть также стикеры.

Стикеры (англ. *stickers* — «наклейки») — картинки, предназначенные для отправки в чат. Возникли как продвинутая версия смайликов, посылаемых в виде увеличенной картинки, и предназначены в первую очередь для выражения эмоций [5].

Так как интерес к стикерам сейчас растет, то можно создать набор стикеров с изображением отечественных спортсменов.

Для создания данных стикеров можно устроить конкурс в тех же социальных сетях. И дать возможность пользователям проявить свои творческие способности, а в итоге путем голосования выбрать лучший набор. Тем самым уже на стадии разработки стикеров будет увеличена аудитория, осведомленная о белорусском спорте.

Для того чтобы конкурс привлек большое количество участников необходимо установить приз за первое место. Это будет графический планшет HUION 680TF. Его стоимость составляет 251 BYN [7].

Данный комплекс продвижения будет стоить 1151 BYN.

Таким образом, при разработке чат-бота, который будет выдавать подписчикам интересные факты о спорте и белорусских спортсменах, а также рассылать стикеры, увеличится аудитория осведомленных людей. Следует отметить, что размещение чат-ботов в социальных сетях бесплатно, а количество подписчиков не ограничено.

Итак, общая стоимость рекламного мероприятия составит 2651 BYN.

Данные средства можно получить от Министерства спорта и туризма. Так как в государственной программе развития физической культуры и спорта в Республике Беларусь на 2016–2020 годы предусмотрена статья расходов на обеспечение выпуска рекламных материалов. И составляет эта статья 226393,6 BYN. Так же часть этой суммы можно окупить путем продажи рекламы спортивных организаций в своих социальных сетях. К примеру, на страничке футбольного клуба можно разместить рекламу магазина, продающего спортивную одежду и инвентарь. Рекламодателю будет интересно такое предложение, так как данную страничку посещают люди, интересующиеся спортом, а следовательно и спортивной продукцией.

Так как данная реклама носит больше социальный характер, то как таковой прибыли от нее не будет, однако ежедневный контакт с такой рекламой однозначно увеличит осведомленность населения в спортивных аспектах, а также повысит интерес к спортивным мероприятиям, что в дальнейшем приведет к получению прибыли от продажи билетов на соревнования. Как уже говорилось ранее, за рубежом некоторые спортивные команды настолько позаботились о своем бренде, что могут позволить себе полностью не зависеть от государственного финансирования. При должных усилиях этого могут добиться и белорусские команды.

Л и т е р а т у р а :

1. Билборды ИП Черненко / Билборды. – Режим доступа: <https://lgomel.by/>. – Дата доступа :: 15.02.2018.
2. Наружная реклама // Википедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Наружная_реклама](https://ru.wikipedia.org/wiki/Наружная_реклама). – Дата доступа: 05.02.2018.
3. Пост // Википедия. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пост>. – Дата доступа: 5.02.2018.
4. Рекламный щит // Википедия. – Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/ Рекламный_щит](https://ru.wikipedia.org/wiki/Рекламный_щит). – Дата доступа: 02.02.2018.
5. Маркетинговые коммуникации // Викиреалити. – Режим доступа: [http://wikireality.ru/wiki/ Стикеры](http://wikireality.ru/wiki/Стикеры). – Дата доступа: 15.02.2018.
6. Вакансии // Моя реклама. – Режим доступа: <http://www.moyareklama.by>. – Дата доступа: 10.02.2018.
7. Графический планшет // Пятый элемент. – Режим доступа: <https://5element.by/products/474847-graficheskiy-planshet-huion-680tf>. – Дата доступа: 19.11.2017.
8. Что такое чат-боты и где они используются? // Спарк. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/oblakodom/blog/19766/что-такое-chat-boti-i-gde-oni-ispolzuyutsya>. – Дата доступа: 10.02.2018.