

**УДК 339.138**

**Анализ маркетинговой стратегии шоу-программ имитации захвата  
специальным подразделением с символикой правоохранительных  
органов «СпецНаз Шоу»**

*Вагин Д.Ю., к.соц.н., доцент  
кафедры инновационных технологий менеджмента*

*e-mail: [403485@mail.ru](mailto:403485@mail.ru)*

*Москвичева А.Н., студент*

*e-mail: [inna.mukhamorova@mail.ru](mailto:inna.mukhamorova@mail.ru)*

*Рыбалко Е.А., студент*

*e-mail: [ekaterina-rybalko@inbox.ru](mailto:ekaterina-rybalko@inbox.ru)*

*ФГБОУ ВО Нижегородский государственный  
педагогический университет им. К. Минина.*

**Аннотация:** В статье представлен анализ шоу-программ – «Имитация захвата специальным подразделением с символикой правоохранительных органов» в России. Особое внимание уделяется анализу маркетинговой стратегии программы «СпецНаз Шоу». Рассматриваются приемы привлечения и удержания клиентской базы, маркетинговая коммуникация, в рамках которой производится распространение информации об организации.

**Ключевые слова:** Маркетинг, стратегии, клиент, клиентоориентированность, позиционирование.

Рынок шоу-программ и других активных развлечений меняется стремительно быстро. При анализе объема данного рынка было выявлено, что за последнее время произошло существенное изменение спроса на разного рода шоу-программы. В настоящее время происходит увеличение спроса на активный и экстремальный вид досуга и развлечения, и он становится трендом 21 века. Традиционные «корпоративы» стали менее популярными.

Объем рынка шоу-программ в России посчитать очень сложно, так как он ещё не сформирован, он слабо организован. Общее количество приверженцев шоу-программ составило 3,6 млн. человек. Затраты каждого потребителя на эти статьи составляют в среднем 6000 рублей.

TAM - общий объём целевого рынка составляет 24 млрд, руб.;

SAM - доступный объём рынка 1,98 млрд, руб.;

SOM - реально достижимый объём рынка 297 млн. руб.

Агентства находятся в поиске индивидуальной траектории в рамках сегодняшней изменчивой реальности. В данную, не так давно образовавшуюся, нишу вошла в 2010 году организация мероприятий в стиле милитари «СпецНаз Шоу». На сегодняшний день организация существует в 14 крупных городах России.

Организация розыгрышей в стиле «СпецНаз» в 2019 году считается одной из самых популярных среди шоу с тематикой милитари. Популярность

и особую любовь клиентов организация завоевала с помощью особого контакта (индивидуального подхода) с каждым заказчиком. Большим плюсом является широкий спектр услуг компании: планирование и организация поздравления или розыгрыша в стиле «СпецНаз», проведение под любым предлогом захвата, также проводятся мероприятия с применением бронетехники, пиротехнических средств, холостым и огнестрельным оружием, бутафорией и каскадерами.

**Персонал:** кадровая политика «СпецНаз Шоу» направлена на поиск персонала, который имеет понятие о специфике организации. К работе допускаются только бывшие сотрудники спецподразделений, так как необходимыми составляющими являются умение грамотно обращаться с оружием и владение навыками боевых искусств. «СпецНаз Шоу» - это, своего рода, подработка, так как нет определенного графика, работа ведется под конкретный заказ. При таких условиях оплата труда – сдельная и зависит от вида и масштаба мероприятия. Помимо основного персонала, в штате сотрудников находятся бухгалтер, поиск которого основывается на предоставленном резюме, модераторы и руководители проектов, которые должны быть знакомы как с особенностями проведения шоу-программ, так и со сферой «СпецНаз». Так, компетентность сотрудников гарантирует качественное, реалистичное, безопасное шоу.

**Услуги, предоставляемые организацией:** «СпецНаз Шоу» организует множество мероприятий: «похищение», «захват», «досмотр», «задержание», организация предложения руки и сердца, поздравление с днем рождения, мальчишники, девичники, корпоративы, фотосессии и др. Все это происходит в стиле СпецНаз и милитари. Во время мероприятия ведется фото- и видеосъемка, материалы которых предоставляются клиентам (фото в обработанном, видео в форме памятного ролика). «Задержание», «Досмотр» и другие "силовые действия" проводятся по согласованию с местными органами внутренних дел и в рамках законодательства РФ.

**Франчайзинг:** расширение «СпецНаз Шоу» происходит посредством продажи франшизы партнёрам на взаимовыгодных условиях. При покупке франшизы, партнёр становится частью компании со сформировавшимся имиджем, клиентской базой, узнаваемым брендом. Покупка франшизы становится выгодным решением для предпринимателя, а так как главной задачей партнёра компании, становится, в кратчайшие сроки добиться окупаемости средств, вложенных во франшизу и максимизации прибыли, он прилагает максимум собственных способностей, развивая свои филиалы. Таким образом, продавая франшизу, компания привлекает новую аудиторию, расширяет клиентскую базу. Кроме того, расширяясь посредством франчайзинга, компания минимизирует риски, так как серьёзные финансовые убытки при такой модели маловероятны и связаны лишь с утратой потенциала новых филиалов.

**Клиентоориентированность:** Определение портрета идеального клиента производится для формирования правильной маркетинговой стратегии. Что в свою очередь, позволяет наиболее эффективно использовать

денежные средства, воздействуя только на целевую аудиторию. Таким образом, имея представление об идеальном клиенте, можно оптимизировать процессы бизнеса, убрать лишнее и добавить необходимое пользователю. Можно более целенаправленно настраивать рекламу в интернете или покупать рекламу на городских площадках в нужных местах. Прделанные операции обеспечивают рост бизнеса, а также облегчают его масштабируемость.

Сегментация целевой аудитории определяет, какое воздействие необходимо оказать на конкретную потребительскую группу. От этого зависят дальнейшие свойства и функции продукта, цена, способы реализации и рекламная кампания. Для данного проекта, была проведена сегментация потребительского рынка, определены критерии и принципы сегментирования потребителей.

В ходе маркетинговых исследований рынка городских квестов было выявлено, что клиенты при выборе компании разработчиков квестов учитывают следующие факторы:

- 1) безупречную деловую репутацию компании;
- 2) положительные отзывы других клиентов;
- 3) ассортимент квестов;
- 4) индивидуальный подход;
- 5) профессиональный опыт;
- 6) высокая квалификация сотрудников;
- 7) компетентность сотрудников;
- 8) надежность компании и соблюдение конфиденциальности.

Программа лояльности к клиенту: одной из главных черт компании «СпецНаз Шоу» является индивидуальный подход к каждому клиенту. С клиентом заключается договор на оказание услуг, в котором прописаны права и обязанности заказчика и исполнителя, а также кто несет ответственность в случае возникновения негативных последствий. Сценарий каждого мероприятия обговаривается с клиентом, уточняя детали, внося изменения, что делает каждое мероприятие индивидуальным. Стоимость услуги так же индивидуальна и зависит от вида, сложности, масштаба, особенностей мероприятия. Услуги «СпецНаз Шоу» доступны людям не только из городов-филиалов, но и из других городов данной области и других областей (т.е. несмотря на наличие филиалов в 14 городах России, услуги могут оказываться в большем количестве городов и регионов). Непосредственное участие в создании мероприятия и специфика услуги дает клиенту возможность чувствовать себя частью команды «СпецНаз Шоу», что увеличивает доверие клиента. Так же во время мероприятия фотограф и видео-оператор запечатлят все яркие моменты происходящего и в последующем фото- и видеоматериалы предоставляются заказчику, с сохранением авторских прав за организатором. Компания предоставляет возможность клиентам оставлять отзывы в социальных сетях, которые могут указать на какие-либо недочеты, а также которые могут быть прочитаны

потенциальными клиентами и могут составить определенную картину об организации.

Продвижение: в современном мире, при продвижении бренда важную роль играет правильная и ненавязчивая подача рекламы и PR, а также грамотный способ продвижения. Клиентами организации могут стать люди абсолютно любой возрастной категории. Так как сейчас все большую популярность набирают информационные технологии и интернет, основной рекламной площадкой стали социальные сети. Такой подход позволяет затратить меньший объем ресурсов, чем при более обширной, но менее нацеленной рекламной кампании. Деятельность организации представлена на таких платформах, как социальная сеть «ВКонтакте», видеохостинг «YouTube», социальная сеть «Instagram», социальная сеть «FaceBook». На перечисленных платформах у каждого из 14 филиалов есть группа/канал/аккаунт, где выкладываются фото- и видеоотчеты с прошедших мероприятий, так как фото- и видеоматериалы являются собственностью «СпецНаз Шоу».

Необходимо отметить, что в среднесрочной перспективе очевиден рост количества клиентов в данном направлении. Основным направлением развития компаний может стать индивидуализация предложения и клиентоориентированный подход.

Список использованной литературы:

1. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. - М., Финстатинформ, 2012. – 386 с.
2. Болт Г. Д. Практическое руководство по управлению сбытом. - М., 2010. - 486с.
3. Маркетинг / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва: Инфра-М, 2013. – 335 с.
4. Романцов, А.Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации: практ. пособие / А.Н. Романцов. - М.: Дашков и К, 2014. – 114 с.
5. Синяева, И.М. Маркетинг: теория и практика: учеб.для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / И.М.Синяева, О.Н.Романенкова. - М.: Юрайт, 2014. - 652 с.

Контактный телефон +79159471050