

УДК 659.1

## СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ДЕТСКОГО ЦЕНТРА «КОСМОС»

© Ивлева П.Д., Мещанова Н.Г.

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: polina-999@mail.ru

ООО «Космос» – компания, реализующая свою деятельность как санаторно-курортная организация. Детский центр «Космос» появился в советское время как пионерский лагерь и всегда являлся одним из лидеров на рынке детского отдыха и оздоровления в Самарской области.

В 2017 году организация пережила кризис, связанный с недостаточным количеством педагогов и их низкой квалификацией, систематическими нарушениями дисциплины воспитанниками и постоянной сменой управляющего состава. В СМИ появлялись материалы о проблемах лагеря, что существенно снизило лояльность целевой аудитории, создало отток отдыхающих и повредило имиджу организации.

В 2017 году был построен бренд группы компаний «Самарские каникулы» – «Сказочная долина». Бренд основан на объединении трех детских центров, в их число входит и «Космос». Миссия бренда – повышение уровня качества жизни детей и молодежи за счет формирования навыков здорового образа жизни и повышения культурно-образовательного уровня.

В ходе исследования были выявлены конкуренты детского центра «Космос».

ДОЛ «Циолковский» имеет более комфортабельные жилые корпуса, четкое деление заездов по тематике (театральный, спортивный и т. д.), постоянный педагогический состав и более обширную территорию. Основным недостатком является высокая цена путевки.

Сильной стороной ДОБО «Салют» являются большое количество детских мероприятий, а также четкий режим дня и дисциплина. Основной минус – сложность получения путевки из-за распространения большей части среди сотрудников предприятия «Роснефть».

У программ детского лагеря «Премиум смена» нет аналогов в Самарской области. Однако из-за отсутствия собственной территории лагерь не имеет проверенного медицинского персонала и оборудования, что важно для большей части родителей.

МАУ ДЦ является полностью государственной базой и предлагает самую низкую цену на свои услуги. Педагогический состав базы не формирует положительных отзывов у родителей отдыхающих, а система отдыха не всегда отвечает современным требованиям.

В настоящее время УТП ДЦ «Космос», на наш взгляд, является многофункциональной территорией, которая позволяет проводить всероссийские спортивные соревнования. Для отдыхающих центра предусмотрены тематические программы, направленные на развитие лидерских качеств и творческих способностей воспитанников.

Детский центр занимается развитием спортивных и социокультурных навыков детей и подростков, однако не акцентирует внимание потенциальных клиентов на конкретной услуге (т. е. не выделяет УТП). В качестве идеи для продвижения центра мы предлагаем стратегию многогранной работы, являющуюся наиболее эффективной при организации детского отдыха в условиях лагеря [1]. На сегодняшний день «Космос» [2] смешивает различные программы под одной миссией, именно поэтому целью нашего исследования стало создание стратегии продвижения детского центра «Космос». Ключевая идея нашей концепции состоит в разграничении направлений работы центра.

В настоящий момент мы предлагаем выделить четыре направления: спортивное, творческое, лидерское и командное. При выборе направлений мы отталкиваемся от существующих программ работы и от инфраструктуры центра.

Каждое из направлений должно продвигаться различными методами и через определенные каналы коммуникации.

Спортивное направление:

– продвижение через спортивные школы региона при помощи очных встреч и рассылки официальных писем;

– организация региональных соревнований по баскетболу;

– участие в обсуждениях на тематических интернет-порталах;

– спонсорство спортивных соревнований;

– проведение открытых тренировок.

Также для создания УТП спортивного направления мы рекомендуем внести в программу заезда тренерские мастер-классы и open space с известными спортсменами.

Творческое направление:

– размещение видеоконтента в социальных сетях детского центра;

– таргетированная реклама;

– проведение открытых мастер-классов;

– спонсорство творческих фестивалей региона.

Лидерское направление:

– размещение обучающего контента в социальных сетях;

– таргетированная реклама;

– проведение дней открытых дверей центра;

– организация прямых эфиров с известными людьми региона в социальных сетях центра;

– проведение очных встреч в школах и рассылка информационных писем.

Командное направление предполагает проведение маршрутов выходного дня – тимбилдингов для учебных классов и других детских коллективов длительностью от нескольких часов до двух суток. Для продвижения данного направления мы предлагаем:

– рассылку адресных писем в школы;

– участие в обсуждениях на интернет-порталах для учителей;

– распространение сувенирной продукции.

Продвижение всех направлений для целевой аудитории родителей мы предлагаем осуществить через наружную рекламу, рекламу на радио, публикации в региональных изданиях и контекстную рекламу в Интернете.

Информация обо всех программах центра должна быть размещена на сайте организации как основного источника конкретной официальной информации. Родители, учителя и партнеры организации смогут найти на нем подробное содержание программ, прайс, фотографии базы и условия сотрудничества.

Таким образом, разрабатываемая нами стратегия продвижения разграничивает многопрофильную деятельность ДЦ «Космос», четко определяет ЦА и значимость для нее каждого направления. Реализация этой стратегии поможет упрочить позиции детского центра на рынке услуг детского отдыха, развития и оздоровления.

### Библиографический список

1. Болл А., Болл Б. Основы лагерного менеджмент: учебное пособие для руководителей детских оздоровительных учреждений: пер. с англ. СПб., 1994. 219 с.

2. ДЦ «Космос»: сайт. URL: loc-kosmos.ru.