



*Проект по теме:*

# Жизненный цикл клиентов в музейном деле

Выполнили студенты 17МАГБИ:

Алякина Татьяна

Ермолаева Ирина

Зызина Дарья

Денисенко Сергей

Пахомова Надежда

Савельева Карина



---

## Проблемы:

---

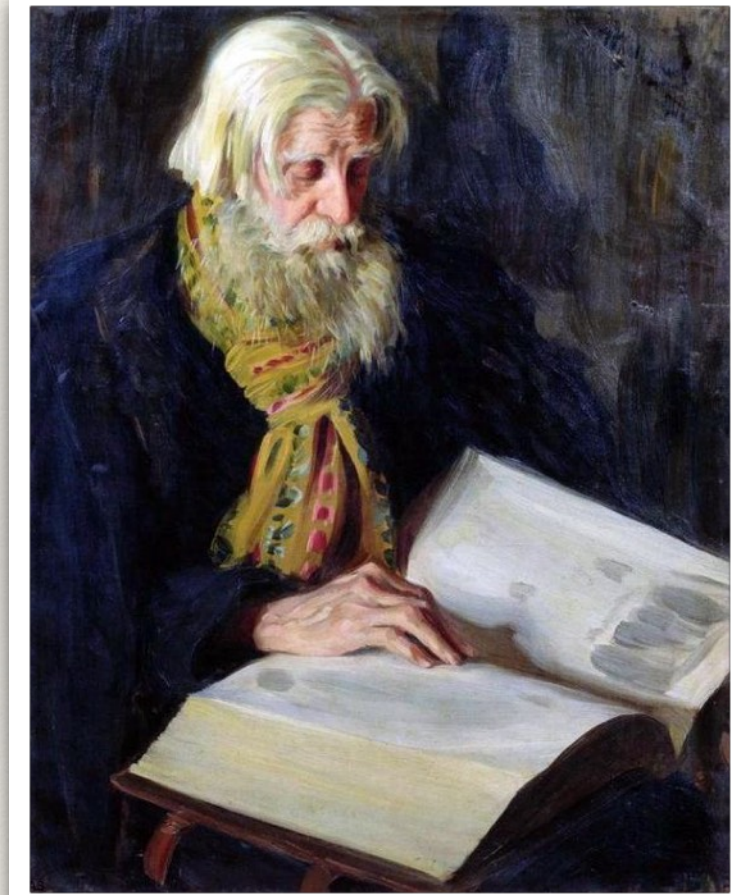
- ❖ Низкая заинтересованность клиентов;
- ❖ Низкая лояльность;
- ❖ Частичный охват сегментов клиентов;
- ❖ Сезонность.





# Сегментация целевой аудитории

- ❖ Школьники (6 – 18 лет) + сопровождающие лица;
- ❖ Люди, интересующиеся литературой, в частности, творчеством А.С.Пушкина;
- ❖ Пенсионеры;
- ❖ Иностранные граждане.





# Сегментация целевой аудитории

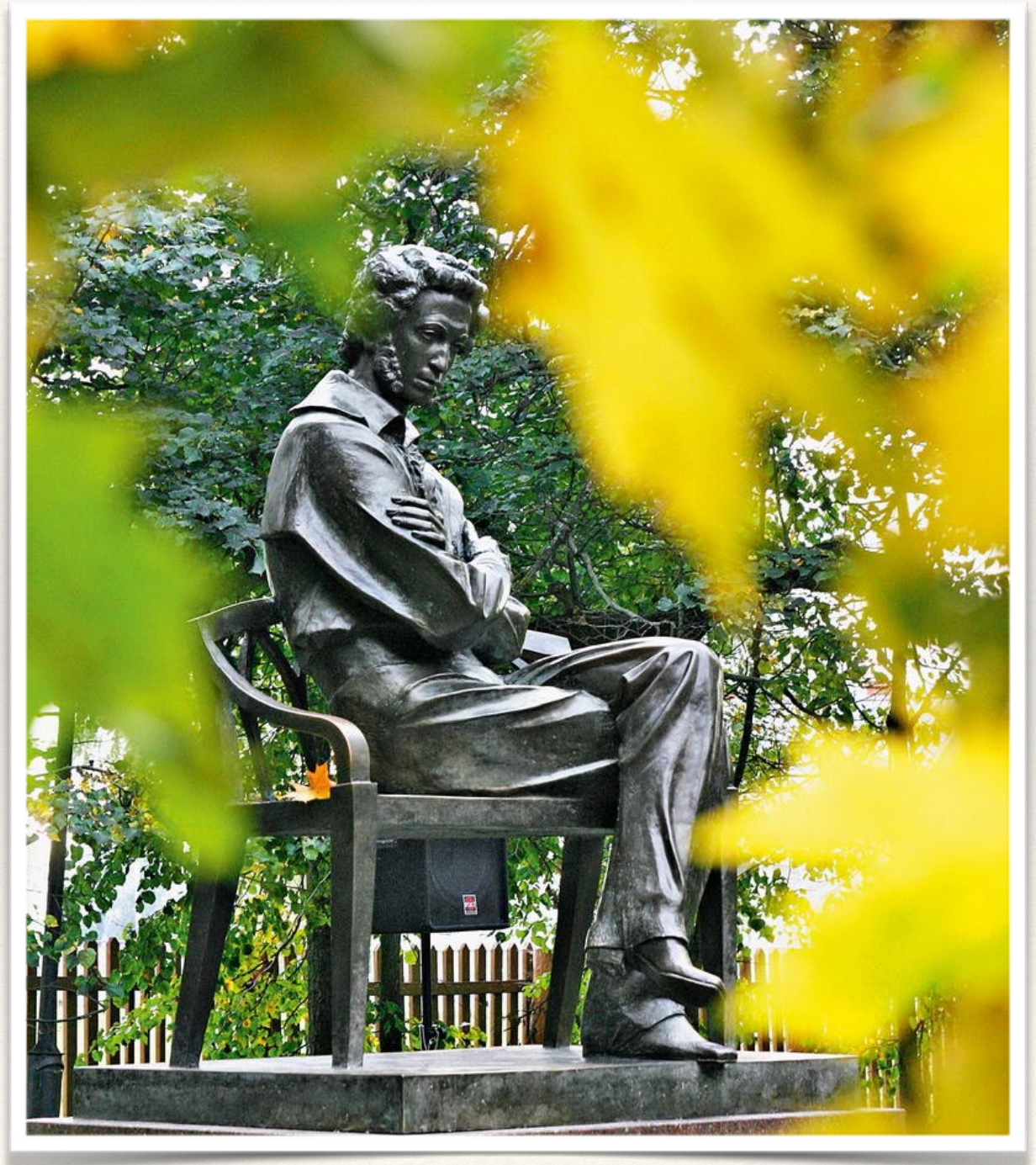
- ❖ Семьи с детьми;
- ❖ Молодежь (18 – 30 лет)  
(за исключением студентов филологических факультетов);
- ❖ Люди среднего возраста (35 – 55 лет).





# Создание ценности для клиента

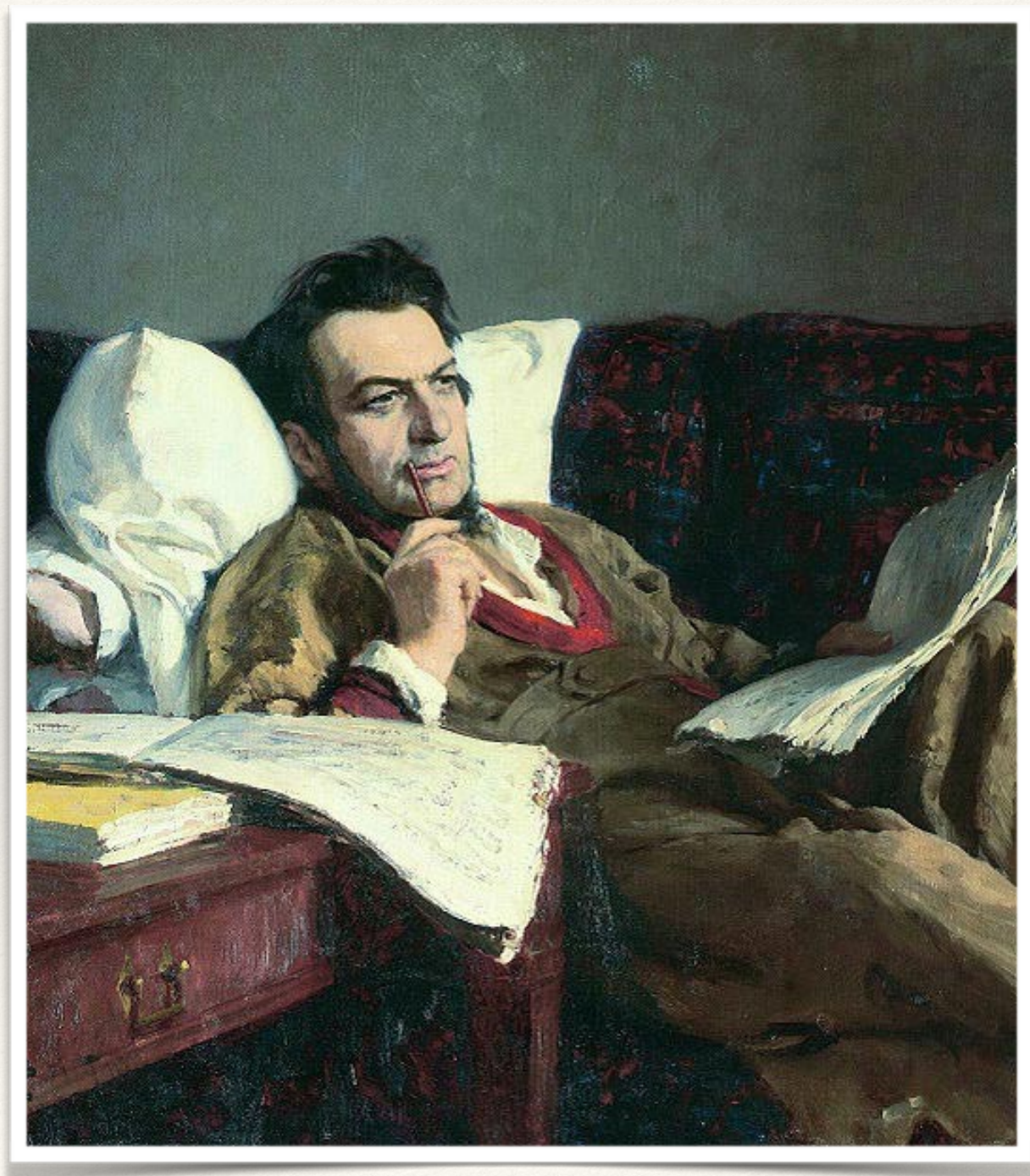
- ❖ Наша цель – завоевать доверие и любовь клиентов путём создания прочной связи между брендом и целевой аудиторией;
- ❖ В рамках проекта под «продуктом» будут рассматриваться достопримечательности районного центра Большеболдинского района – музея-заповедника «Болдино»;
- ❖ Ценности – удовлетворенность клиента от существующих и приобретаемых услуг.





# Задачи

- ❖ Приток клиентов;
- ❖ Повышение % возврата клиентов;
- ❖ Увеличение покрытия клиентского сегмента.







*Бизнес-процесс*

# Жизненный цикл клиентов

Данная схема справедлива для всех описанных ранее категорий клиентов

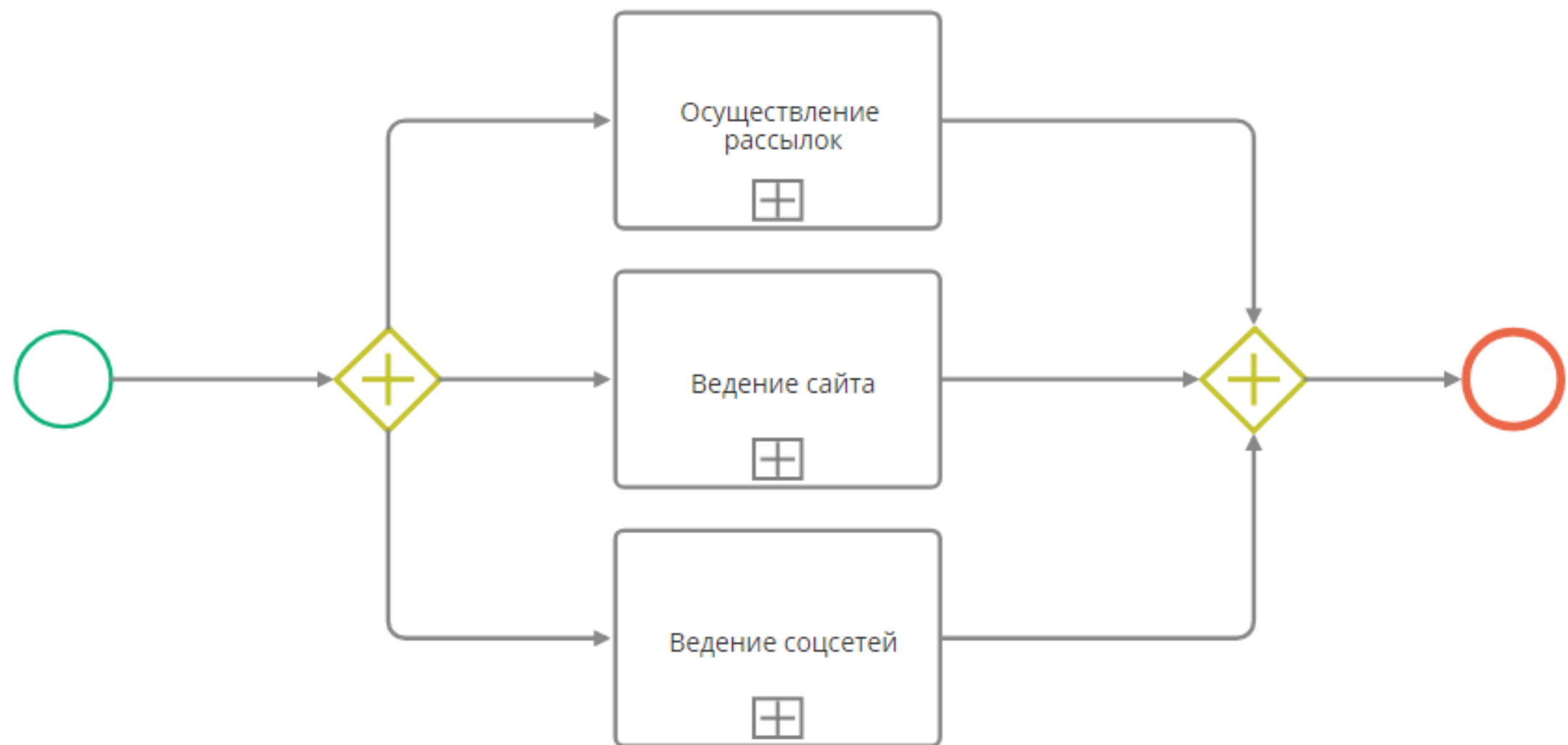


# Привлечение клиентов

- ❖ Сайт (ролик / спец предложения);
- ❖ Социальные сети;
- ❖ Рассылка (школы, университеты, творческие организации);
- ❖ Акции / спец. предложения;
- ❖ «Сарафанное радио».







Бизнес-процесс

# Привлечение клиентов

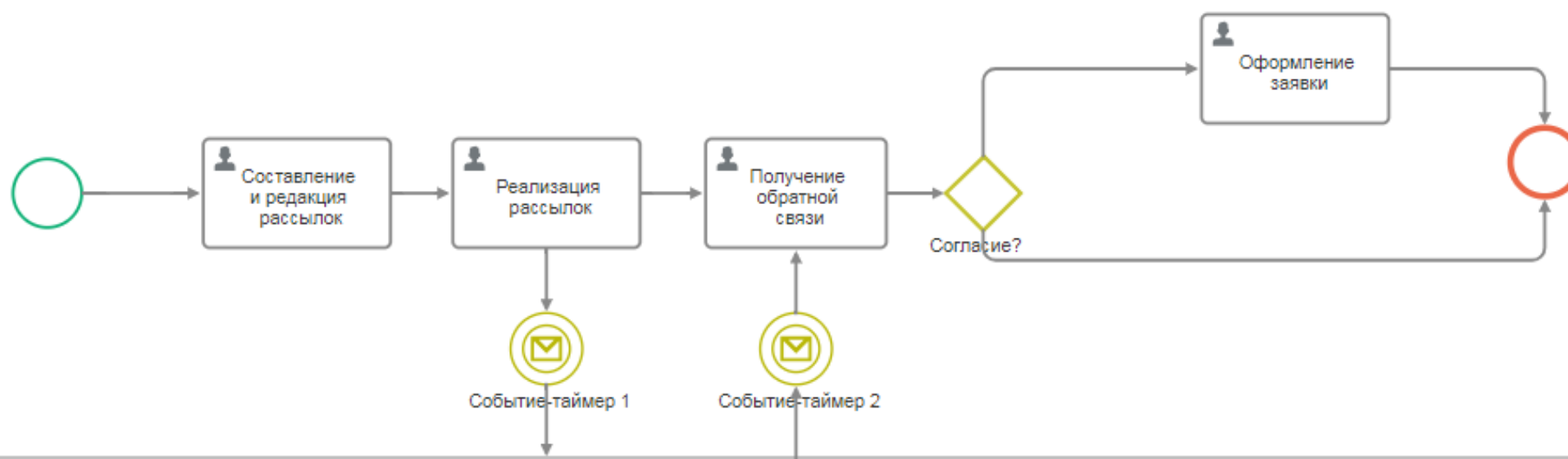
Данная схема справедлива для всех описанных ранее категорий клиентов



# Привлечение целевой аудитории: Школьники

Привлечение сегмента школьников

Б.Болдино

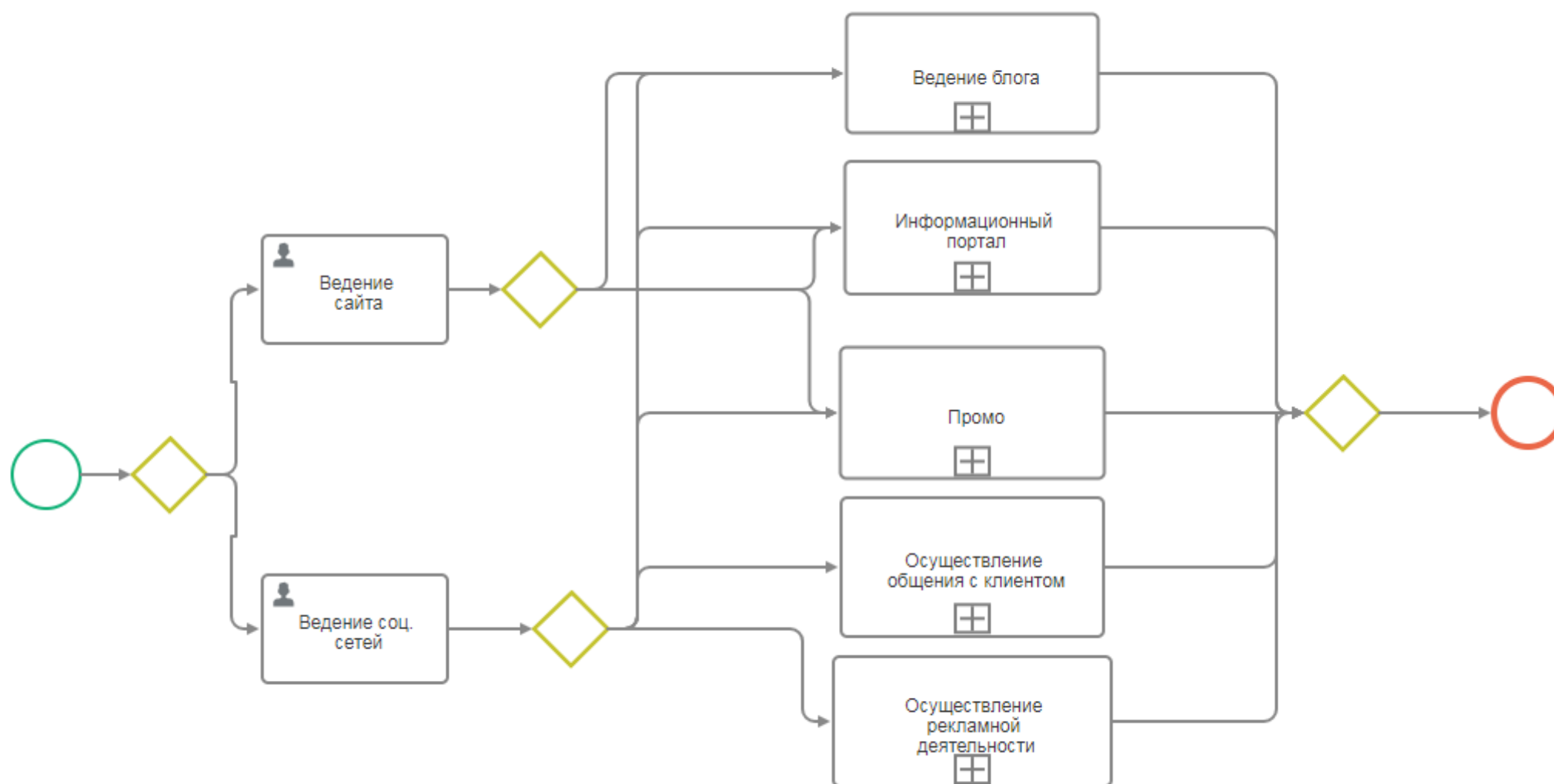


Учебное заведение



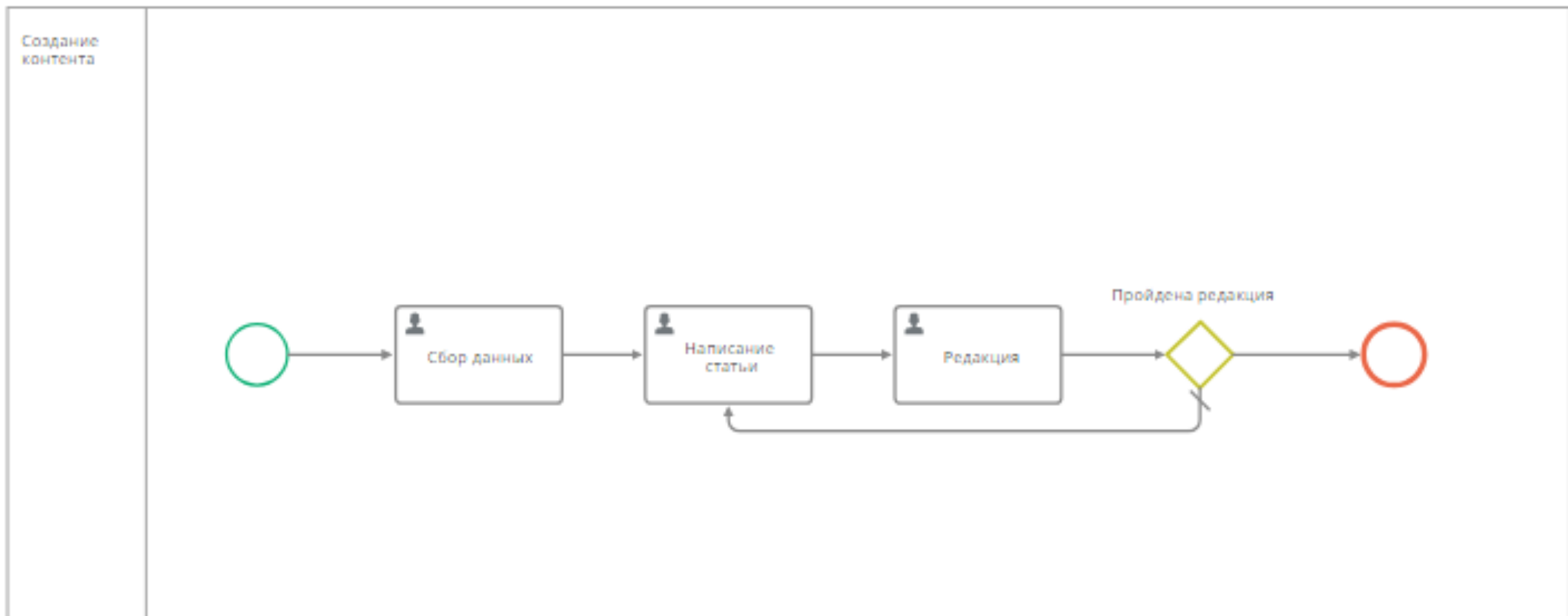
# Привлечение целевой аудитории: Молодёжь

Привлечение сегмента молодежи





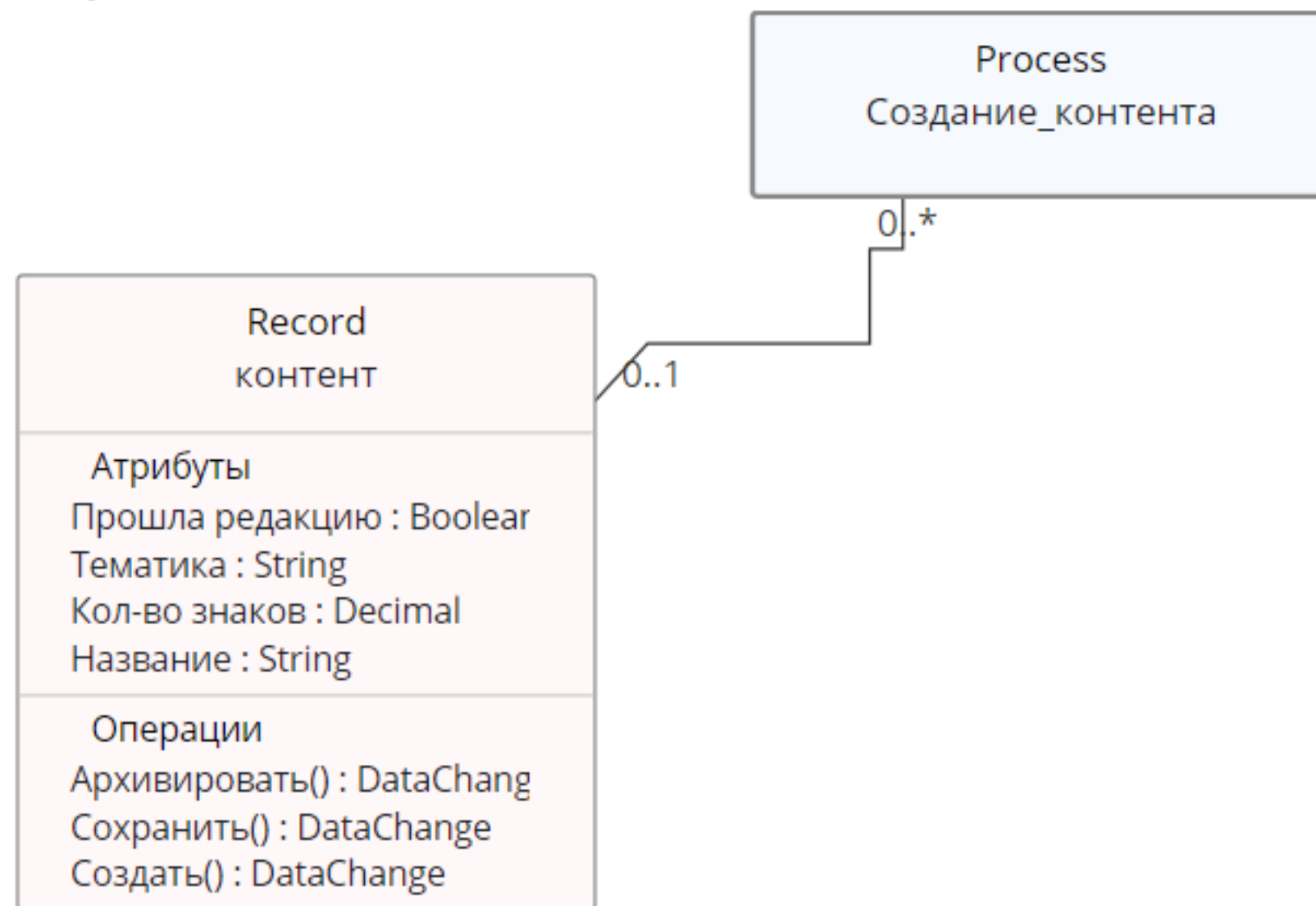
# Исполняемый БП (1/4)





# Исполняемый БП (2/4)

Диаграмма по умолчанию





# Исполняемый БП (3/4)

Comindware®

Поиск...

Мои задачи

Конфигурации

Диаграммы

Шаблоны

Бизнес приложения

Документы

Отчёты

Пользователи

Группы

Роли

Системные роли

Глобальные функции

Пути передачи данных

Надпись

Вкладки

Группа

Столбцы

Поиск

Добавить операцию

Архивировать  
archiveProcess

Дата завершения задачи  
Дата завершения задачи

Дата начала  
Дата начала

Дата создания  
Дата создания

Завершить задачу  
completeTask

Заголовок  
Заголовок

Исполнитель

Сбор данных > Форма

СохранитьОчиститьКопировать как

Новая форма

Состояние задачи

Добавить ссылку

Дата начала

Выберите дату

Исполнитель

Добавить пользователя

Имя\*

Новая форма

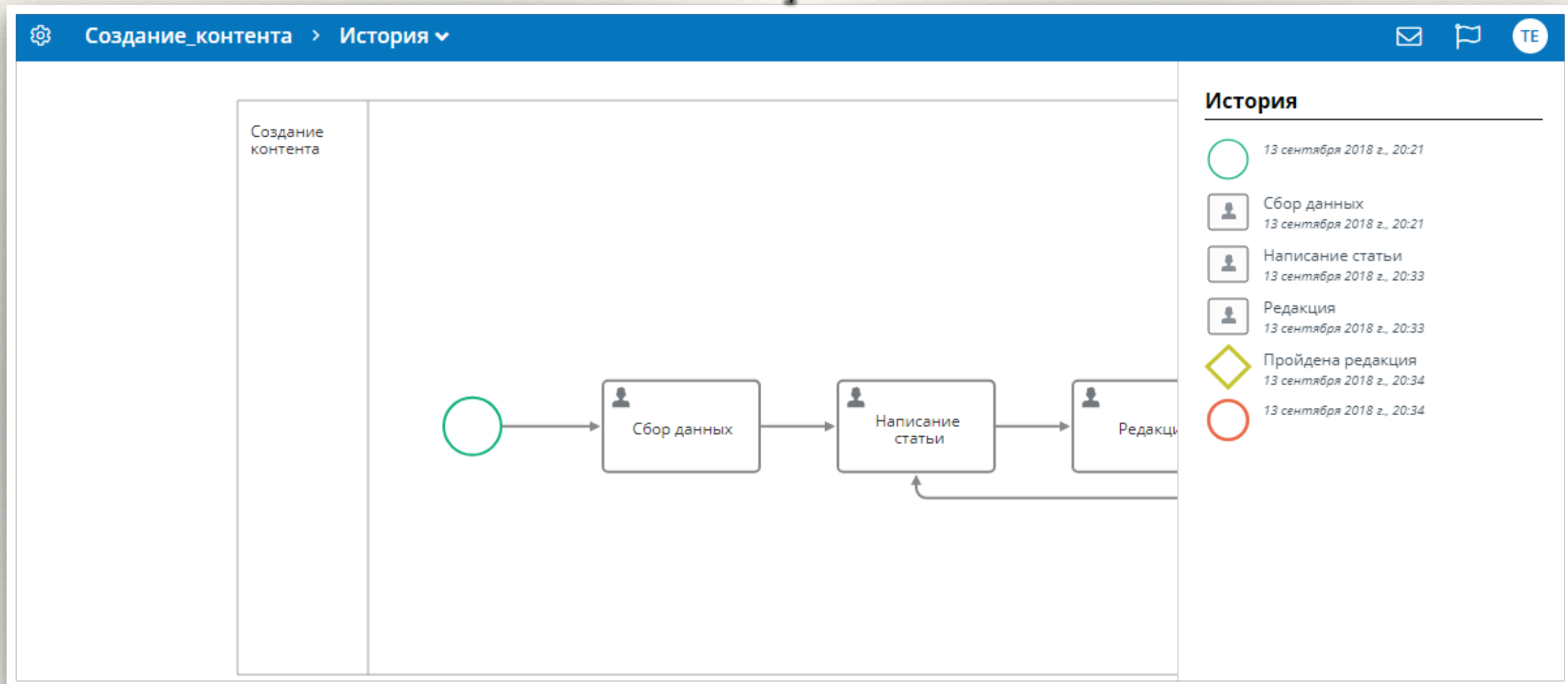
Системное имя\*

form1690d06bd2d94f6cb8d791cf6a1eea3d

☐ По умолчанию



# Исполняемый БП (4/4)





# Взаимодействие с клиентами

Взаимодейст  
вие с  
клиентом





# Технологические решения

- ❖ Электронные этикетки (дополнительная информация об экспонате);
- ❖ Информационные дисплеи;
- ❖ Виртуальный гид;
- ❖ Приложение Smart Museum;
- ❖ Аудиогид.





# Варианты привлечения аудитории: Развлекательные программы

- ❖ Зона для фотографирования;
- ❖ Тематические пикники;
- ❖ Летний кинотеатр;
- ❖ Квесты;
- ❖ Мистические экскурсии;
- ❖ Катание на лошадях;
- ❖ Спектакли;
- ❖ Тематические трапезные;
- ❖ Театр теней;
- ❖ Проведение конкурсов.





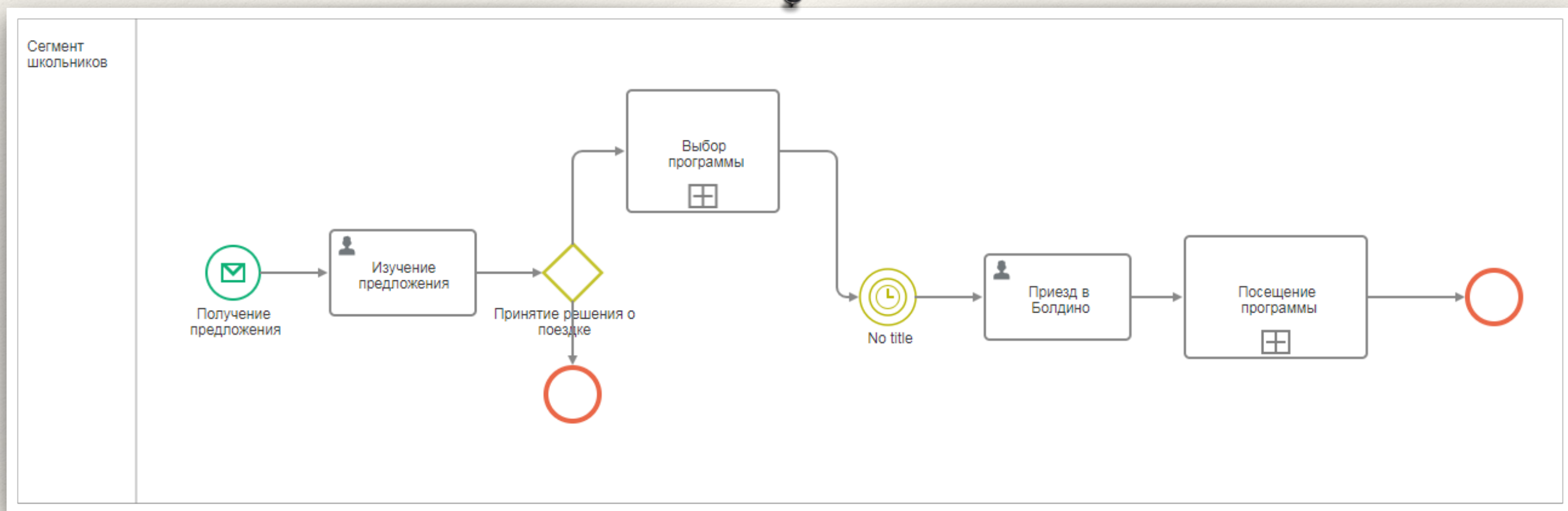
# Варианты привлечения аудитории: Образовательные программы

- ❖ Приглашённые эксперты;
- ❖ Мастер-классы;
- ❖ Историко-краеведческое путешествие;
- ❖ Игры XVIII-XIX вв;
- ❖ Русские-народные сказки.





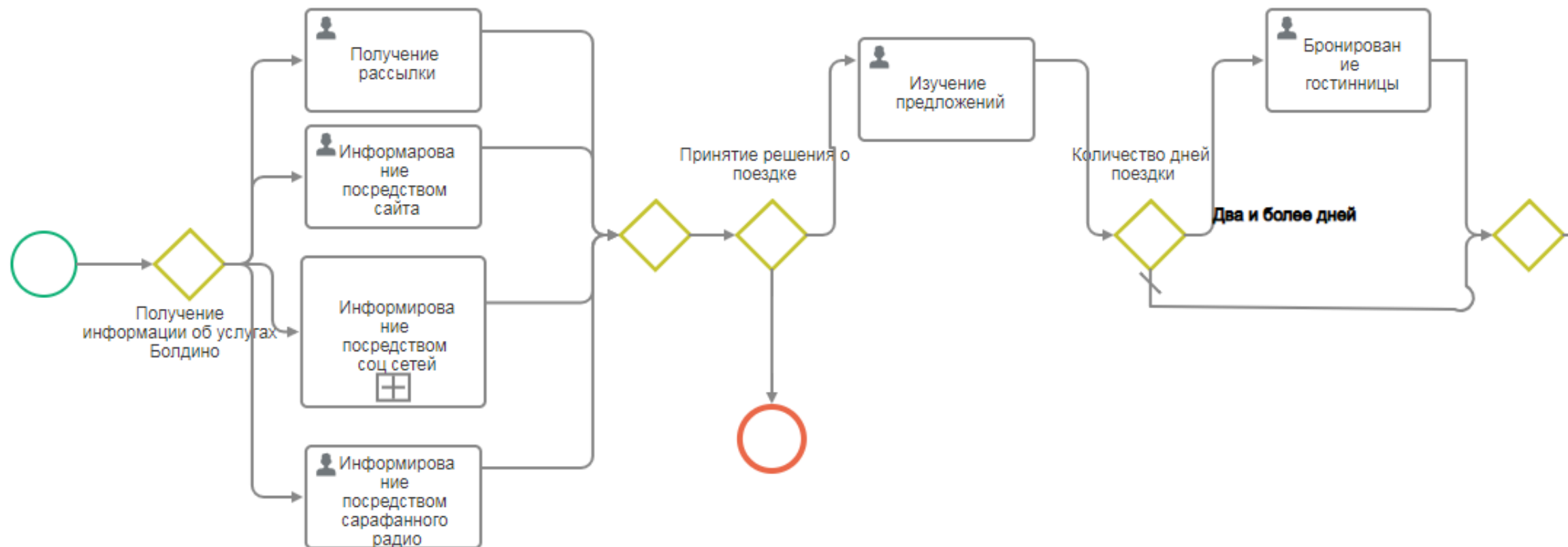
# Работа с целевой аудиторией: Школьники





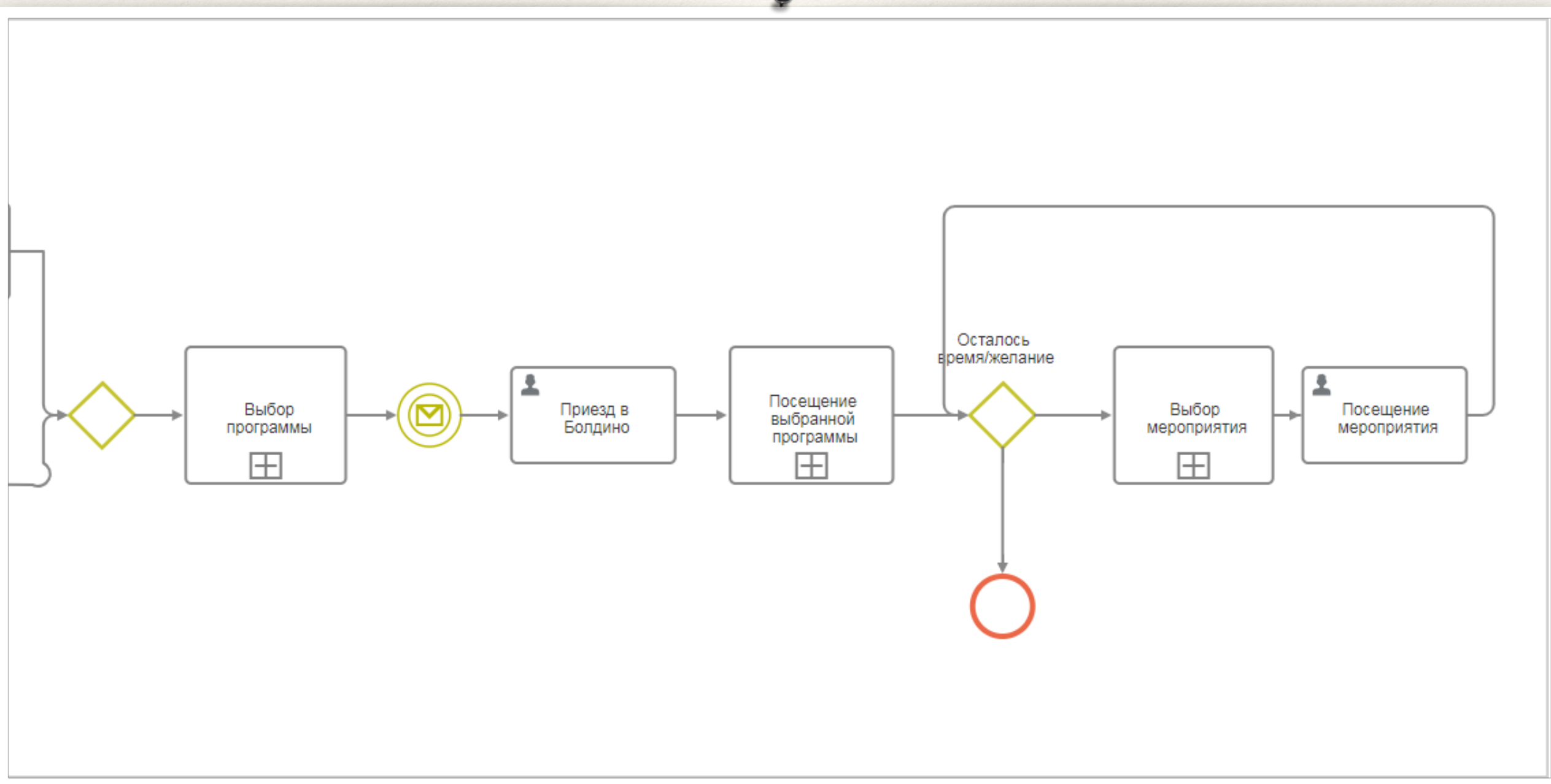
# Работа с целевой аудиторией: Молодёжь

Сегмент  
молодежи





# Работа с целевой аудиторией: Молодёжь





# Удержание клиентов

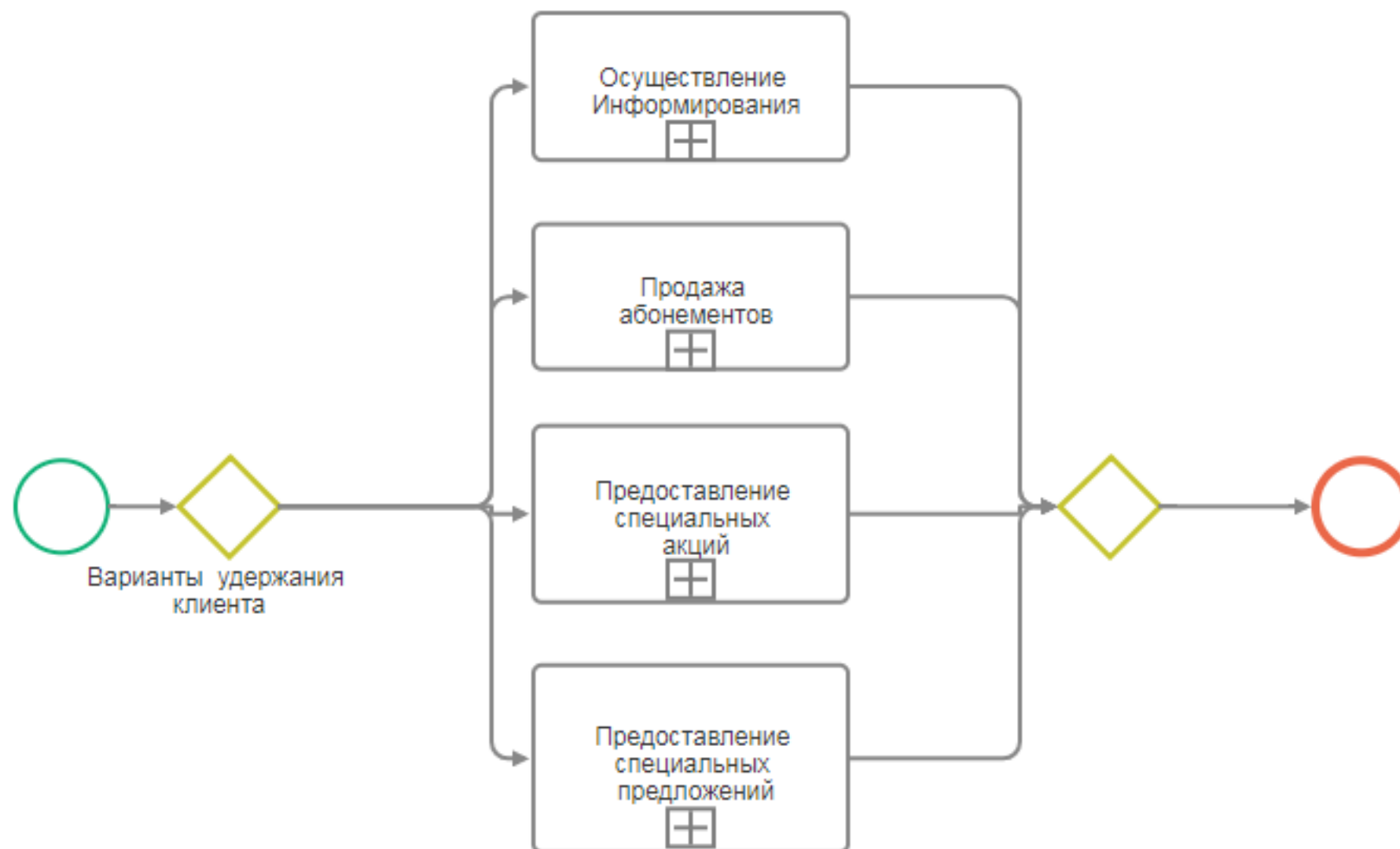
- ❖ Информирование (соц. сети, получение рассылки);
- ❖ Спец. мероприятия (приглашенные эксперты, конкурсы фотографий / рисунков / стихов, литературные вечера, театр, постановка пьес);
- ❖ Разнообразие программ для разных возрастов;
- ❖ Система абонементов и карт лояльности;
- ❖ Акции / скидки.





# Удержание клиентов

Удержание  
клиента





# Удержание клиентов: Молодёжь

Обратная  
связь с  
молодёжью

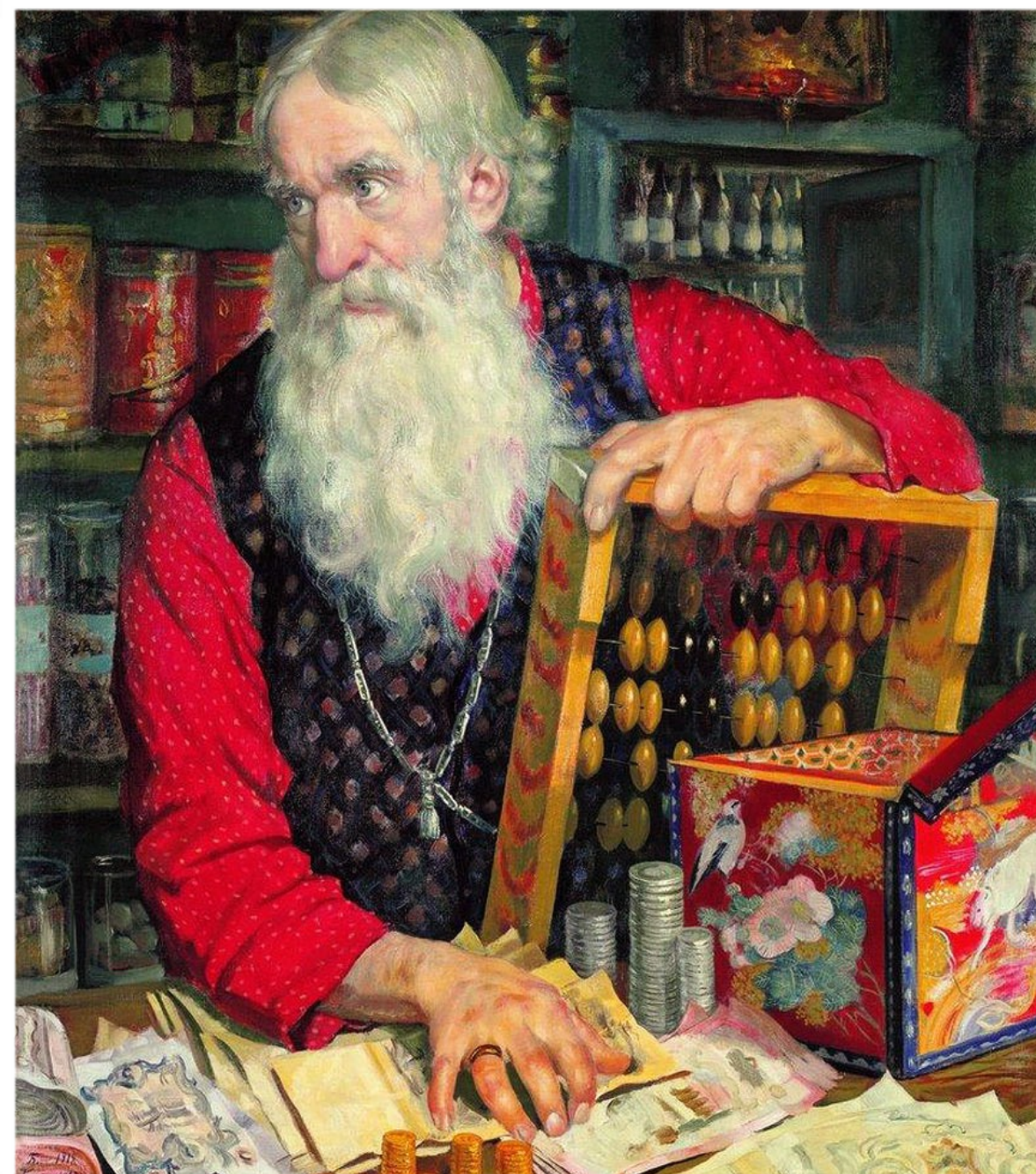




# Затраты на введение в эксплуатацию новых технологий

- ❖ SMM = 7 000 руб./мес.  
(Социальные сети, сайт);
- ❖ Приложение Smart Museum  
(бесплатное внедрение);
- ❖ Организация новых развлекательных программ, квестов = 12 000 руб.
  - Закупка декораций, одежды = 5 000 руб.
  - Закупка оборудования = 5 000 руб.
  - Обучение персонала = 2 000 руб.
- ❖ Интерактив
  - Покупка проектора = 20 000 руб.
  - Печать этикеток с QR-кодом = 500 руб.

Итого: 39 500 руб.





# Выводы

- ❖ На основе опыта развития музеев, которые решились на модернизацию, мы ожидаем приток новых клиентов и возвращение старых;
- ❖ Ожидается увеличение покрытия клиентских сегментов, т.к. предложенные технологические, образовательные и развлекательные решения были разработаны с учетом каждого из сегментов

