



МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРИМЕНЕНИЮ ПРИНЦИПОВ «ЭКОНОМИ- КИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ» ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПОСЕЩАЕМОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ РФ ДО 2030 ГОДА

1. ВВЕДЕНИЕ И АКТУАЛЬНОСТЬ

ЦЕЛЬ: Достижение целевого показателя Стратегии – 4,5 млрд посещений культурных мероприятий в год (30 посещений на человека).

Контекст: Необходимость модернизации отрасли (обновление материальной базы, цифровизация), поддержка креативных индустрий, противодействие ценностным угрозам, привлечение молодежи.

Вызов: Требуются инновационные подходы к привлечению и удержанию аудитории, выходящие за рамки простого предоставления услуг.

Решение: Активное внедрение принципов «экономики впечатлений» (ЭВ) для создания уникального, запоминающегося и эмоционально насыщенного опыта посетителей.

2. СУТЬ «ЭКОНОМИКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ» (ЭВ)

Определение: Модель, где ключевой продукт – впечатление – эмоционально насыщенный, личный и запоминающийся опыт, получаемый по-

сетителем от взаимодействия с учреждением, его услугами и пространством.

Ключевой принцип: «Бизнес – это сцена, работа – театр». Сотрудники – актеры, посетители – зрители/участники.

Отличие от Экономики Внимания: ЭВ требует не просто привлечь внимание, а **удержать** его через сильное впечатление и создать желание вернуться/рекомендовать.

Характеристики Впечатления:

1. Создается «здесь и сейчас».
2. Индивидуально для каждого.
3. Неосяземо (эмоции, память).
4. Не приносит прямой материальной выгоды (но генерирует лояльность и желание платить).
5. Создается с участием потребителя.
6. Долговечно (остается в памяти).

3. КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕДРЕНИЯ ЭВ В УЧРЕЖДЕНИЯХ КУЛЬТУРЫ

3.1. ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ: ОТ УСЛУГИ К ВПЕЧАТЛЕНИЮ

ПРИМЕРЫ УПАКОВКИ:

Выставка-дефиле: Возможность примерить элементы костюма, фотосессия.

Выставка-игра: Настольные игры, квесты, интерактивные викторины (QR-коды) по теме выставки.

Выставка-акция: Розыгрыши участия в мастер-классах, фотосессиях, эксклюзивных событиях.

Выставка-концерт/лекция: Дополнение экспозиции живой музыкой, рассказами, перформансами.

Театр с дополнениями: Экскурсии за кулисы, встречи с артистами, мастер-классы по ремеслам/жанрам, тематические фойе с активностями.

Культурный центр как "третье место": Коворкинг, клубы и встречи сообществ атмосферой, тематические вечера с дегустациями, мастер-классами.

3.2. ПОСТАНОВКА ВПЕЧАТЛЕНИЯ: «ТЕАТР НАЧИНАЕТСЯ С ВЕШАЛКИ»

ЗАДЕЙСТВУЙТЕ ВСЕ 5 ЧУВСТВ:

Зрение: Уникальный дизайн пространства (внутри и снаружи), свет, визуальные инсталляции, оформление соцсетей и сайта (используйте ИИ для генерации креативов).

Слух: Качественный звук, тематическая музыка, звуковые эффекты, тишина в нужных зонах.

Обоняние: Ароматы в пространстве (кофе, книги, дерево, травы – в зависимости от темы).

Осязание: Тактильные экспонаты, качественные материалы (мебель, сувениры), комфортная температура.

Вкус: Качественное кафе/фудкорт с тематическими предложениями, дегустации на мероприятиях.

СОЗДАЙТЕ «ОСОБОЕ МЕСТО»: Пространство должно быть привлекательным, комфортным и побуждать задержаться. Примеры: "Ремеслофт", "В ажуре", "ДК".

Продумайте «Драматургию» Посещения: Разделите визит на логичные этапы (приход/регистрация, погружение, кульминация, завершение, послевкусие) с эмоциональными акцентами на каждом.

3.3. УДИВЛЕНИЕ И ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ – КЛЮЧИ К ЗАПОМИНАНИЮ

УДИВЛЯЙТЕ: Делайте то, чего посетитель не ожидает.

- Небольшие подарки/сувениры.

- Нестандартный сервис (очень удобные кресла, необычная система навигации, приветствие).

- Неожиданные активности в "проходных" зонах.

- Сюрпризы для участников программ ("Пушкинская карта" и др.).

ПЕРСОНАЛИЗИРУЙТЕ:

- Узнавайте постоянных посетителей (если возможно).

- Предлагайте индивидуальные скидки/предложения ("только для вас").

- Присылайте поздравления/подарки на праздники (если есть контакты).

- Приглашайте на закрытые/камерные мероприятия для лояльной аудитории.

- Используйте данные (с согласия!) для рекомендаций событий.

3.4. СЕРВИС КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЯ.

КОМАНДА-АКТЕРЫ: Приветливый, вовлеченный, знающий персонал – основа. Обучение сотрудников коммуникации и основам гостеприимства.

- **Комфорт:** Чистые туалеты, удобная навигация, доступная среда, комфортный климат, зоны отдыха.

- **Дополнительные Удобства:** Качественное кафе, Wi-Fi, зарядные станции, комфортные зоны ожидания.

- **Безупречная Техника:** Хороший звук на мероприятиях, качественное освещение, работающее оборудование.

3.5. МОНЕТИЗАЦИЯ ВПЕЧАТЛЕНИЙ И АЛЬТЕРНАТИВНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

- **ЭВ оправдывает плату:** Уникальный опыт создает ценность и готовность платить.

- **Формы платы за доступ к впечатлениям (в дополнение к основным билетам):**

- **Плата за вход/мероприятие:** Базовый билет.

- **Повременная оплата:** Доступ в коворкинг-зоны библиотек/музеев.

- **Вступительный/Членский взнос:** Для клубов по интересам, эксклюзивных сообществ при учреждении.

- **Абонементы:** На серию мероприятий, мастер-классов, лекций.

- **Платные доп. услуги:** Эксклюзивные экскурсии, VR-туры, аренда пространств для частных событий, премиальные сувениры, фото/видеосъемка.

- **Привлечение средств через Впечатления:** Убедительный опыт – ключевой аргумент для спонсоров, меценатов, партнеров (ГЧП). Покажите, как их поддержка создает уникальные эмоции для аудитории.

4. ПРАКТИЧЕСКИЕ ШАГИ ПО ВНЕДРЕНИЮ

1. **Аудит Текущего Опыта:** Оцените текущий визит посетителя с точки зрения 5 чувств, сервиса, эмоций. Где можно добавить "вау-эффект"?

2. **Целевая Аудитория:** Определите ключевые группы (особенно молодежь). Какие впечатления они ищут?

3. **Переупаковка Событий/Экспозиций:** Выберите для ближайшего мероприятия формат, выходящий за рамки основной услуги (см. п. 3.1). Начните с одного проекта.

4. **Продумайте «Многослойность» Пространства:** Как задействовать фойе, коридоры, кафе? Как воздействовать на все чувства?

5. **Обучение Команды:** Внедрите принцип «сотрудник-актер». Тренинги по гостеприимству, коммуникациям, решению нестандартных ситуаций.

6. **Разработка Системы Удивления и Персонализации:** Определите

конкретные, выполнимые шаги (подарок, личное приветствие, система лояльности).

7. Партнерства: Ищите партнеров для совместных проектов (кафе, сувениры, мастер-классы, IT-решения), усиливающих впечатление.

8. Пилотный Проект: Запустите одно преобразованное по принципам ЭВ мероприятие/зону. Соберите обратную связь.

9. Продвижение с Акцентом на Опыт: В рекламе (особенно в соцсетях) продавайте не событие, а ощущения, эмоции, уникальный опыт, который получит посетитель. Используйте визуальный контент, создающий атмосферу.

5. Оценка Эффективности

- **Количественные показатели:** Рост посещаемости (особенно по "Пушкинской карте"), увеличение среднего чека (продажи доп. услуг, сувениров, кафе), рост повторных посещений, увеличение выручки от платных услуг/партнерств.

- **Качественные показатели:** Отзывы посетителей (устные, в соцсетях, на платформах-агрегаторах), упоминаемость в медиа, вовлеченность в соцсетях (лайки, комментарии, шеры), результаты опросов (удовлетворенность, NPS - индекс готовности рекомендовать).

6. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Реализация амбициозных целей Стратегии развития культуры РФ до 2030 года требует перехода от предоставления культурных услуг к созданию незабываемых культурных впечатлений. Применение принципов «экономики впечатлений» – это стратегический путь к повышению привлекательности учреждений культуры, увеличению посещаемости (включая молодежную аудиторию), укреплению лояльности и развитию альтернативных источников финансирования. Инвестируя в создание уникального, эмоционального, многосенсорного опыта для посетителя, учреждения культуры не только выполняют государственную задачу, но и становятся центрами притяжения и формирования позитивных ценностей в современном обществе.

КЛЮЧЕВЫЕ АКЦЕНТЫ ДЛЯ УЧРЕЖДЕНИЙ:

- Вы – театр, ваши сотрудники – актеры. Относитесь к каждому взаимодействию с посетителем как к постановке.

- Продавайте эмоции и воспоминания, а не билеты. Что посетитель почувствует и запомнит?

- «Театр начинается с вешалки». Впечатление формируется с первой секунды контакта (сайт, соцсети, вход, гардероб).

- Задействуйте все 5 чувств. Максимально погрузите посетителя в атмосферу.
- Удивляйте и персонализируйте. Создавайте моменты, о которых захочется рассказать.
- Монетизация через ценность опыта. Качественное впечатление оправдывает плату и привлекает партнеров.

Эти рекомендации предоставляют практическую основу для преобразования деятельности учреждений культуры в соответствии с требованиями времени и целями государственной Стратегии.

