

ДАСЛЕДАВАННЕ РЭКЛАМЫ ФЕСТИВАЛЬНАГА ТУРЫЗМУ

М. А. Краўчанка

Установа адукацыі «Гомельскі дзяржаўны тэхнічны ўніверсітэт імя П. В. Сухога», Рэспубліка Беларусь

Навуковы кіраўнік А. М. Карчэўская, канд. геагр. навук, дацэнт

Інтэрнэт-рэклама – гэта самы просты і хуткі спосаб прыцягнення кліентаў. Інтэрнэтам карыстаюцца ўсе: для зносін, атрымання інфармацыі і задавальнення спажывецкіх патрэб. Таму самы даступны спосаб знайсці сваю мэтавую аўдыторыю – запусціць рэкламу ў інтэрнэце [1].

Мэта гэтага даследавання – даследаванне рэкламы паслуг фестывальнага турызму ў сетцы інтэрнэт.

Было праведзена даследаванне ў пошукавай сістэме «Яндэкс». Для пачатку мы правяралі ключавыя словы, звязаныя з фестывальным турызмам ў Рэспубліцы Беларусь і высветлілі, якія з іх далі нам больш падрабязную інфармацыю. Ўводзілі ў пошукавую сістэму Яндэкс «фестывальны турызм рэклама». Пасля зададзенага запыту мы атрымалі ў першай спасылцы інфармацыю сайта <https://revolution.allbest.ru/sport>.

Другая спасылка выдае артыкул газеты «Комсомольская правда» «Куды паехаць у 2018 годзе, калі вельмі любіш музыку, і як зрабіць гэта бясплатна!» (сайт www.kp.by).

Пятая спасылка – «Незвычайныя віды турызму: фестывальны турызм». І толькі на пятай спасылцы мы назіраем таргетынговую рэкламу з фотаздымкамі фестываляў. Шостая спасылка з назвай «Як правесці лета–2016 у Беларусі: ТОП-10 самых цікавых фэстаў» прадстаўлена на сайце trofei.by. Дадзеная спасылка падыходзіць нашаму запыту, у ёй ёсць кантэкстная рэклама і фатаграфіі з фестываляў. Але гэтая інфармацыя зусім не актуальная на сённяшні дзень. Пераходзячы на другую старонку ў Яндэксе, мы назіраем сапраўды такую ж карціну.

Такім чынам, запыт «фестывальны турызм рэклама» не даў нам ні якой патрэбнай інфармацыі. Гэта сведчыць аб тым, што сайты, якія прадастаўляюць рэкламу, звязаную з фестывальным турызмам, не ўключылі дадзены набор слоў у ключавыя словы пошуку ці прапануюць састарэлую інфармацыю.

Наступныя ключавое словазлучэнне, якое мы эксперыментавалі ўводзіць у пошукавую сістэму, з'яўляецца «фестывальныя туры». Пасля зададзенага запыту мы атрымалі ў першай спасылцы сайт турфірмы з назвай артыкула «фестывальныя туры з Гомеля». На дадзенай старонцы прадстаўлены фотаздымак клумбы і кантэкстная рэклама з апісаннем тура.

Другая спасылка «Загарадны клуб фестывальны» спецыялізуецца на правядзенні карпаратыўных мерапрыемстваў і прыватных святаў. Дадзены клуб ніякага дачынення не мае да фэстаў.

На трэцяй спасылцы – сайт турыстычнай кампаніі, на якім мы бачым кантэкстную рэкламу. Націснуўшы на яе, мы даведаемся больш падрабязную інфармацыю. На дадзеным сайце прадстаўлена 18 фестываляў з падрабязным апісаннем кожнага і з прадастаўленнем фотаздымкаў, а таксама кошт дадзенага мерапрыемства.

Чацвёртая спасылка ўяўляе турыстычны партал Traveling.by, які прапануе тры фестывалі з кантэкстнай рэкламай і, націснуўшы на яе, нам прадастаўляюць больш падрабязную інфармацыю пра фестываль з фотаздымкамі мінулых гадоў. Дадзены сайт не прапануе фэсты на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь.

Пятая спасылка турфірмы падае адзін фестываль «Наш Грунвальд» з кантэкстнай рэкламай. Націснуўшы на яе, мы даведаемся падрабязную інфармацыю аб правядзенні дадзенага мерапрыемства, кошт і фатаграфіі мінулых гадоў. На другой старонцы Яндэкс спасылка сайта «Міжнародны фестывальны тур хваля ідэй/Парыж». На дадзеным сайце прадстаўлена таргетынгавая рэклама і відэа-рэклама з мерапрыемства. На гэтай жа старонцы ў Яндэксе прадстаўлены сайт MuzTravel.by з рэкламным слоганам «Музычныя Падарожжа» і арыгінальным лагатыпам, што кідаецца ў вочы і запамінаецца. На дадзеным сайце прадстаўлена таргетынгавая і кантэкстная рэклама толькі з музычнымі фестывалямі, што характарызуе яго як спецыялізаваны сайт.

У цэлым інфармацыя аднатыпная, але часам сустракаецца арыгінальны лагатып, які лёгка запамінаецца, што вельмі важна для любога мерапрыемства.

Наступныя ключавое словазлучэнне, якое мы эксперыментавалі ўводзіць у пошукавую сістэму гэта «фестывальныя туры Беларусі». Пасля зададзенага запыту мы атрымалі ў першай спасылцы інфармацыю сайта <https://www.ecotour.by>. Сайт добры, усё зразумела напісана, але ён зусім не звязаны з фестывалямі. На дадзеным сайце нам прапануюць «Каляндар тураў і наяўнасць месцаў на туры па Беларусі». Пераходзім на другую спасылку турыстычнай кампаніі і адразу трапляем у частку «фестывалі Беларусі».

Як ні дзіўна, але дадзены сайт ўяўляе нам толькі адзін фестываль «Наш Грунвальд». Перайшоўшы па спасылцы мы атрымліваем апісанне мерапрыемства. Рэкламы тут няма, а толькі фатаграфіі з мерапрыемства. Аднак спачатку апісання ёсць самая важная інфармацыя: дата правядзення, месца правядзення і кошт. І толькі на 11 спасылцы дадзенай старонкі мы знайшлі патрэбную нам інфармацыю на сайце афіцыйнага турыстычнага парталу Беларусі <http://ru.belarus.travel/>. Дадзены артыкул называецца «Галоўныя фестывалі Беларусі». У ёй прадстаўлена кароткае апісанне фестывалю з фотаздымкамі мінулых гадоў і ёсць пераход на галоўную крыніцу кожнага фестывалю. Перайшоўшы па спасылцы «А-Фэст» мы трапляем у групу вКонтакце з вельмі крэатыўнай рэкламай гамбургера. Але рэклама тут 2018 г., а, значыць, яна ўжо не актуальная [2].

Наступны фестываль, які нам ўяўляе турыстычны партал, з'яўляецца «Рок за Баброў». Перайшоўшы на афіцыйны сайт адразу прыкметны фірмовы колер сайта – прыглушаны зялёны. На сайце ёсць апісанне фестывалю, запрошаныя зоркі на 2019 г., кантакты арганізатараў і, што не мала важна, як дабрацца да месца [3].

Трэці фестываль, які нам ўяўляе турыстычны партал называецца «Свята сонца». Перайшоўшы на афіцыйны сайт адразу кідаецца ў вочы прыгожы лагатып мерапрыемства, фірмовы камплект шрыфтоў, а яшчэ арыгінальны цыферблат, які паказвае колькі засталася дзён, гадзін, хвілін, секунд да пачатку мерапрыемстваў. На сайце ёсць нават відэа музычных гуртоў, якія выступаюць на фестывалі, а таксама карта з месца правядзення, размяшчэнне аб'ектаў [4].

Чацвёрты фестываль, які нам ўяўляе турыстычны партал, называецца «Наш Грунвальд». Перайшоўшы на афіцыйны сайт фестывалю, мы бачым лагатып мерапрыемства і фірмовы камплект шрыфтоў. А галоўная старонка сайта ўвесь час змяняе малюнак.

Пяты фестываль, які нам ўяўляе турыстычны партал, называецца «FREAKY SUMMER PARTY». Перайшоўшы на афіцыйны сайт, з'яўляецца відэа з момантаў

фестывалю. Сайт мае вельмі сучасны стыль, карпаратыўнага героя. Таксама на дадзеным сайце прысутнічае слоган «маладосць не вярнуць (перакрэслена), адняць». Сайт вельмі запамінаецца, але, на думку аўтара, ён патрабуе яшчэ дапрацоўкі, так як змяшчае мала інфармацыі пра фестываль, няма ніякіх кантактаў і г. д. [5].

Як ні дзіўна, фестываль «Славянскі базар» у пошукавай сістэме знаходзіцца толькі на шостым месцы, хоць ён лічыцца самым старым фестывалем на тэрыторыі Беларусі. Перайшоўшы на афіцыйны сайт назіраем фірмовы лагатып і фірмовы валшкравы колер.

На сёмым месцы фестывалю па рэйтынгу турыстычнага парталу з'яўляецца фестываль «VULICA BRAZIL» і, перайшоўшы на афіцыйны сайт, назіраем фірмовы колер і таргетынговую рэкламу. Асноўная ідэя фестывалю – гэта графіці на дамах.

І на восьмым месцы рэйтынгу турыстычнага парталу аказваецца фестываль «MIRUM MUSIC FESTIVAL». Перайшоўшы на старонку фестывалю мы апынаемся ў групе вКонтакце, дзе вельмі змрочны малюнак групы і пад пэўным вуглом дрэнна чытаецца назва. Сама група, на думку аўтара, не вельмі прадуктыўная, так як ёсць інфармацыя, якая зусім не тычыцца фестывалю.

На дзевятым месцы знаходзіцца фестываль «SPRAVA». Дадзены фестываль з'яўляецца міжнародным фестывалем-узаемадзеяннем з гістарычным і прыродным ландшафтам Беларусі, сродкам сучаснага мастацтва і музыкі. Перайшоўшы на афіцыйны сайт фестывалю, звяртаем увагу, што кідаецца ў вочы прыгожы малюнак вострава. Назіраецца добрае спалучэнне каляровай гамы сайта, лагатып фэсту мае графічны знак. Адзіны недахоп – апісанне фестывалю дрэнна чытаецца на галоўным малюнку. Наступны фестываль, якой нам ўяўляе турыстычны партал, называецца «#ПРОНЕБО». Гэта найбуйнейшы ў Беларусі авіафэст, арганізаваны Беларускай федэрацыяй авіяцыйнага спорту. Тут можна ўбачыць самыя розныя лятальныя апараты – ад паветраных шароў да сучасных верталётаў. Перайшоўшы на афіцыйны сайт, адразу кідаецца ў вочы крэатыўная рэклама з карпаратыўным героем, назіраецца таксама фірмовы камплект шрыфтоў і прысутнічае добрае спалучэнне каляровай гамы. На адзінаццатым месцы нашага рэйтынгу апынуўся фестываль «LIDBEER». Перайшоўшы на афіцыйны сайт, мы бачым крэатыўную рэкламу ў выглядзе кубка піва, добрае спалучэнне коляраў, добры кантэнт сайта. І завяршае рэйтынг фестывалю «Рэспубліканскі фестываль нацыянальных культур» і фестываль «Дажынкі», фестывалі, якія не маюць афіцыйных сайтаў.

Падвядучы вынікі дадзенага даследавання ў пошукавай сістэме «Яндэкс» можна зрабіць наступныя высновы. Першы запыт «фестывальны турызм рэклама» не дае нам патрэбнай інфармацыі. Другі запыт «фестывальныя туры» таксама не задавальняе нашы патрэбы. Трэці запыт «фестывальныя туры Беларусі» не наўпрост, а праз турыстычны партал падаў нам патрэбную інфармацыю аб фестывалю Беларусі. Хоць на дадзеным сайце прадстаўлены не ўсе фэсты, якія праводзяцца на тэрыторыі Рэспублікі Беларусь.

Такім чынам, гэта ўсё кажа пра тое, што сайты выкарыстоўваюць няправільныя ключавыя словазлучэнні, таму іх так цяжка знайсці. А спажыўцы дрэнна дасведчаны пра фестывалі, якія праводзяцца ў нашай краіне. Рэклама фэстаў патрабуе далейшай работы па ўдасканаленні.

Літаратура

1. Курс по маркетингу для управленцев «PRODIGITAL». – URL: <https://www.webcom-academy.by>. – Дата доступа: 01.04.2019.
2. Официальная группа вКонтакте «A-Fest: еўрапейскі фестываль». – URL: https://vk.com/a_fest_by. – Дата доступа: 01.04.2019.

3. Официальный сайт фестиваля «Рок за Бобров». – URL: <https://rock.bobrov.by/>. – Дата доступа: 03.04.2019.
4. Официальный сайт фестиваля «Свята сонца». – URL: <http://svyata-sontsa.by/>. – Дата доступа: 03.04.2019.
5. Официальный сайт фестиваля «Freaky summer Party». – URL: <https://www.artpicnic.by/>. – Дата доступа: 03.04.2019.