

УДК 069.01:658.8
ББК 79.14
Б40

Редактор НАТАЛЬЯ КАЗАКОВА

Безрукова Наталия

Б40 Карту в руки : Как разрабатывать и продвигать программу лояльности в культурных пространствах / Наталия Безрукова. — М. : Альпина ПРО, 2024. — 88 с.

ISBN 978-5-206-00268-3

Современные музеи нацелены на то, чтобы стать конкурентоспособными в индустрии досуга. Маркетологи стремятся сделать так, чтобы посетители отдавали предпочтение культурному времяпрепровождению в стенах их институций, а не в торговом центре или в кинотеатре. Поэтому стараются следовать интересам публики и активно разрабатывают программы лояльности. Чтобы музеи, галереи, культурные центры не просто существовали, а были популярными, важно следовать требованиям рыночных отношений и использовать механизмы маркетинга.

Наталия Безрукова с 2019 года занимается созданием программ лояльности для российских музеев. Ее опыт лег в основу книги, которую вы держите в руках. Автор рассказывает, как с нуля создать эффективную программу лояльности и не допустить ошибок, на какие тенденции следует обращать внимание. Кроме того, Наталия делится успешными примерами программ лояльности и дает множество полезных ссылок на сторонние материалы о внедрении и развитии программ лояльности в музеях.

УДК 069.01:658.8
ББК 79.14

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в интернете и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу mylib@alpina.ru.

ISBN 978-5-206-00268-3

© Н. Безрукова, 2023
© Оформление. ООО «Альпина ПРО», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	7
Глава 1	
ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ В МУЗЕЙНЫХ ИНСТИТУЦИЯХ	
1.1. Опыт зарубежных музеев	18
1.2. Появление и развитие программ лояльности в музеях России. Основные тенденции	30
Глава 2	
ОСНОВЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ	
2.1. Разработка программы лояльности как музейного продукта	44
2.2. Проблемы развития и поддержания проекта	60
Заключение	71
Приложения	73
Литература	83