

А. А. Шабар

СТРАТЭГІІ ПРАСОЎВАННЯ СПАРТЫЎНЫХ МЕРАПРЫЕМСТВАЎ БАСКЕТБОЛЬНЫМІ КЛУБАМІ Ў САЦЫЯЛЬНЫХ СЕТКАХ

Прасоўванне мерапрыемстваў баскетбольнымі клубамі становіцца ўсё больш важным аспектам іх дзейнасці ў сучасным лічбавым свеце. Instagram, як адна з ключавых сацыяльных платформаў, адыгрывае значную ролю ў гэтым працэсе. Аналіз акаўнта "Лос-Анджэлес Лейкерс" на Instagram дае ўяўленне аб стратэгіях, якія выкарыстоўваюцца для прасоўвання клуба і яго мерапрыемстваў.

Ключавым аспектам стратэгіі прасоўвання з'яўляецца фарміраванне іміджу клуба. Выкарыстоўваюцца культурныя рэферэнсы, такія як тэрмін "Lake Show". Ён асацыюецца з эфектным стылем гульні, стварае атмасферу, якая прыцягвае ўвагу фанатаў і асацыюе клуб з унікальным чынам.

Прасоўванне мерапрыемстваў ажыццяўляецца праз уцягванне фанатаў. Выкарыстоўваюцца асабістыя звароты і сямейныя званні, такія як "Lakers Fam". Яны ствараюць адчуванне адзінства і датычнасці, што спрыяе фармаванню моцнай фан-базы.

Сацыяльныя сеткі таксама выкарыстоўваюцца для прасоўвання камерцыйных прадуктаў, такіх як мерчэндайз і квіткі на матчы. Выкарыстоўваюцца карпаратыўныя міфы, напрыклад, "The California Dream". Яны дапамагаюць асацыяваць прадукты клуба з пэўным ладам жыцця і культурай.

Прасоўванне мерапрыемстваў таксама звязана з узаемадзеяннем са спонсарамі: выкарыстоўваюцца спецыфічныя фразы і скарачэнні, такія як "GOAT" (найвялікшы з усіх часоў). Яны прыцягваюць увагу.

Акрамя гэтага, сацыяльныя сеткі прапаноўваюць інфармацыю пра каманду і спартыўныя мерапрыемствы. Гэта дапамагае прыхільнікам ведаць пра апошнія навіны і падзеі.

Стратэгіі прасоўвання мерапрыемстваў баскетбольнымі клубамі на платформе Instagram ўключаюць у сябе фарміраванне іміджу клуба, уцягванне фанатаў, прасоўванне камерцыйных прадуктаў, узаемадзеянне са спонсарамі і прадастаўленне інфармацыйнага кантэнта. Гэтыя стратэгіі дапамагаюць клубам не толькі прыцягваць увагу да сваіх мерапрыемстваў, але і будаваць моцныя стасункі з фанатамі і партнёрамі.