

Структура СММ-сопровождения ФК "Локомотив"

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Трунова Светлана Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: lana.trunova.94@mail.ru

В последние годы значительно трансформируется понимание значения спорта в социально-экономическом развитии страны. В современных условиях он становится самостоятельной бизнес индустрией. Особенно сильно эти изменения заметны в наиболее популярных видах, в России таковым является футбол[1]. В чём же заключается причина развития спорта в новом направлении и каким образом оно сейчас осуществляется?

Сложившаяся ситуация во многом обусловлена качественными изменениями, произошедшими в медиа-пространстве. В частности, это проявляется в массовом «выводе» стратегий брендинга футбольных клубов в виртуальное медиа-пространство. Так, например московский ФК «Локомотив» совместно с ФГК занимается продвижением футбола среди детей, путём проведения различных мастер-классов[2], которые в свою очередь качественно обзореваются в социальных сетях клуба, повышая при этом его имиджевую составляющую. Таким образом, несмотря на специфику футбольной сферы, инструменты продвижения бренда через СММ применимы и для современного профессионального футбола.

Преимущества СММ-сопровождения футбольного клуба для болельщиков:

- Размытие чётких границ между любимой командой и болельщиками
- Доступ к эксклюзивному контенту в онлайн режиме
- Появление чувства сопричастности к чему-то значимому и великому
- Возможность прямой коммуникации с кумиром через соц.сети и др.

Преимущества для клуба:

- Привлечение болельщиков к коммерческим акциям
- Увеличение количества спонсорских контрактов
- Рост продаж атрибутики, билетов на матчи и др.

Главное правило СММ-сопровождения любого аккаунта — дай потребителю то, что он хочет видеть и футбол не исключение. Поэтому продвигая в социальных сетях такой бренд, как футбольный клуб, нельзя забывать, что нужно ориентироваться на запросы своей аудитории

Источники и литература

- 1) Иткин А.А. Минспорта опубликовало рейтинг самых массовых видов спорта в России [Электронный ресурс] // Чемпионат. 2023. URL: <https://www.championat.com/football/news-5063589-minsporta-opublikovalo-rejting-samyh-massovyh-vidov-sporta-v-rossii.html> (дата обращения: 11.12.2023)
- 2) Мос.ру. Игроки популярного футбольного клуба сыграли с московскими школьниками [Электронный ресурс] // Мос. ру 2023. URL:<https://www.mos.ru/news/item/132763073/> (дата обращения 30.12.2023)