

## Технологии продвижения пиар-объекта на примере КСК Maxima Stables

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

*Васильева Ксения Андреевна*

*Студент (бакалавр)*

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

*E-mail: Ksusharik-v@yandex.ru*

С каждым годом конный спорт в России всё больше развивается. Появляются новые КСК, совершенствуются уже существующие, налаживается процесс организации мероприятий в данной отрасли и информированность населения о предстоящих событиях и актуальных новостях. В связи с появлением одного из крупнейших в России конно-спортивных комплексов, соответствующего высоким стандартам, мы признали необходимым проанализировать его технологии пиар-продвижения.

В современном мире невозможно представить становление успешной компании без минимальной доли пиара. Бренды придают огромное значение формированию своего имиджа и завоеванию лояльности аудитории. Всё это приводит к положительному отношению и узнаваемости.

Очевидно, что индустрию конного спорта это не обходит стороной. В пиаре нуждаются не только конные клубы, но и любые мероприятия, сами спортсмены и даже лошади.

На примере КСК Maxima Stables рассмотрим примеры использования как offline, так и online технологий, а также силу рекламы. И сделаем вывод, какую роль сыграл PR в успешности клуба.

Со временем offline методы продвижения теряют свою популярность, ведь современное поколение всё больше времени проводит в сети, нежели в реальном мире. По данным 2018 года более 90 миллионов россиян пользуются Интернетом, в то время как в 2014 их число составляли лишь 43,3 миллиона. Тем не менее, не стоит забывать о важности личных контактов и присутствия. Каждый месяц конный клуб проводит несколько турниров разного уровня по основным дисциплинам. Каждый турнир проводится на высочайшем уровне - начиная с оформления арены и заканчивая квалификацией судей и призами за победы.

Что касается online-технологий, мы рассматривали сайты, на которых своевременно публикуются все основные новости, связанные с миром конного спорта, а также анонсы, основная информация об инфраструктуре и ценах. В социальных сетях, таких как VK, Instagram, YouTube, Facebook у Maxima Stables имеется своя страница, которая постоянно обновляется и уверенно обходит конкурентов по подписчикам и лайкам. Например, на официальную группу КСК «Maxima Stables» подписано 21,5 тысяча человек. Мы видим выдержанный стиль ведения страницы, ежедневное обновление, лишь профессиональные фотографии, анонсы и отчеты по основным мероприятиям, базовую информацию о КСК в описании с адресом и контактами, а также «Сохранённое» в определённом стиле. Для сравнения приведём данные других крупных известных КСК. Так, КСК «Прадар» имеет около 3500 подписчиков, на страницу КСК «Дивный» подписано около 10 тысяч человек. КСК «Новый век», не уступающий по инфраструктуре и мероприятиям, имеет лишь 2500 подписчиков.

Не стоит забывать о рекламе, которая постоянно встречается нам на страницах блогов, на профессиональных сайтах, на аккаунтах популярных пользователей в социальных сетях. Это повышает узнаваемость клуба и способствует становлению репутации.

В заключение хотелось бы отметить, что Maxima Stables по праву можно назвать одним из лучших конно-спортивных комплексов нашего времени в Москве и Московской области. Заметно, что клуб уделяет активное внимание пиар-продвижению в отличие от большинства других. В связи с этим КСК Maxima Stables известен практически каждому спортсмену по конному спорту в Москве и Московской области и, более того, в других городах России благодаря активному сотрудничеству с другими клубами в регионах.

### **Источники и литература**

- 1) Maxima Equisport.ru: <https://www.maximaequisport.ru/press-center/type/articles/>
- 2) Maxima Stables: <https://maximastables.ru/about-us/>
- 3) Безопасный интернет.ru: <http://security.mosmethod.ru/internet-zavisimosti/127->
- 4) Сара Мьюир, Верховая езда. М., 2010