



ЦЕНТР
КЛАСТЕРНОГО
РАЗВИТИЯ

«Музей и посетитель»

Отчет о маркетинговом исследовании.

г. Смоленск, 2017 г.



Цель исследования:

- выявить ключевые моменты в работе музея с посетителями с целью повышения качества и доступности услуг.

Задачи исследования:

- составить социальный портрет аудитории посетителей, определить ее целевые ориентации;
- установить наиболее эффективные каналы информирования публики о деятельности музея;
- выявить степень соответствия информационных услуг музея ожиданиям посетителей;
- определить приоритетные направления деятельности учреждений культуры с целью улучшения их работы, а также разработать для данных направлений систему мероприятий, нацеленных на преодоление выявленных негативных моментов, повышение доступности и качества услуг;
- оценить уровень удовлетворенности посетителей информационным наполнением музея.

Методы сбора информации:

- личное интервью;
- анкетирование по формализованной анкете.

Точки сбора информации (9 мест) на территории города Смоленска.

Целевая аудитория:

- потенциальные и реальные посетители музеев.

Выборка:

- 200 анкет.

Срок проведения:

- 25 сентября 2017 года-10 октября 2017 года.

58% респондентов посещают музеи
города Смоленска и Смоленской
области.

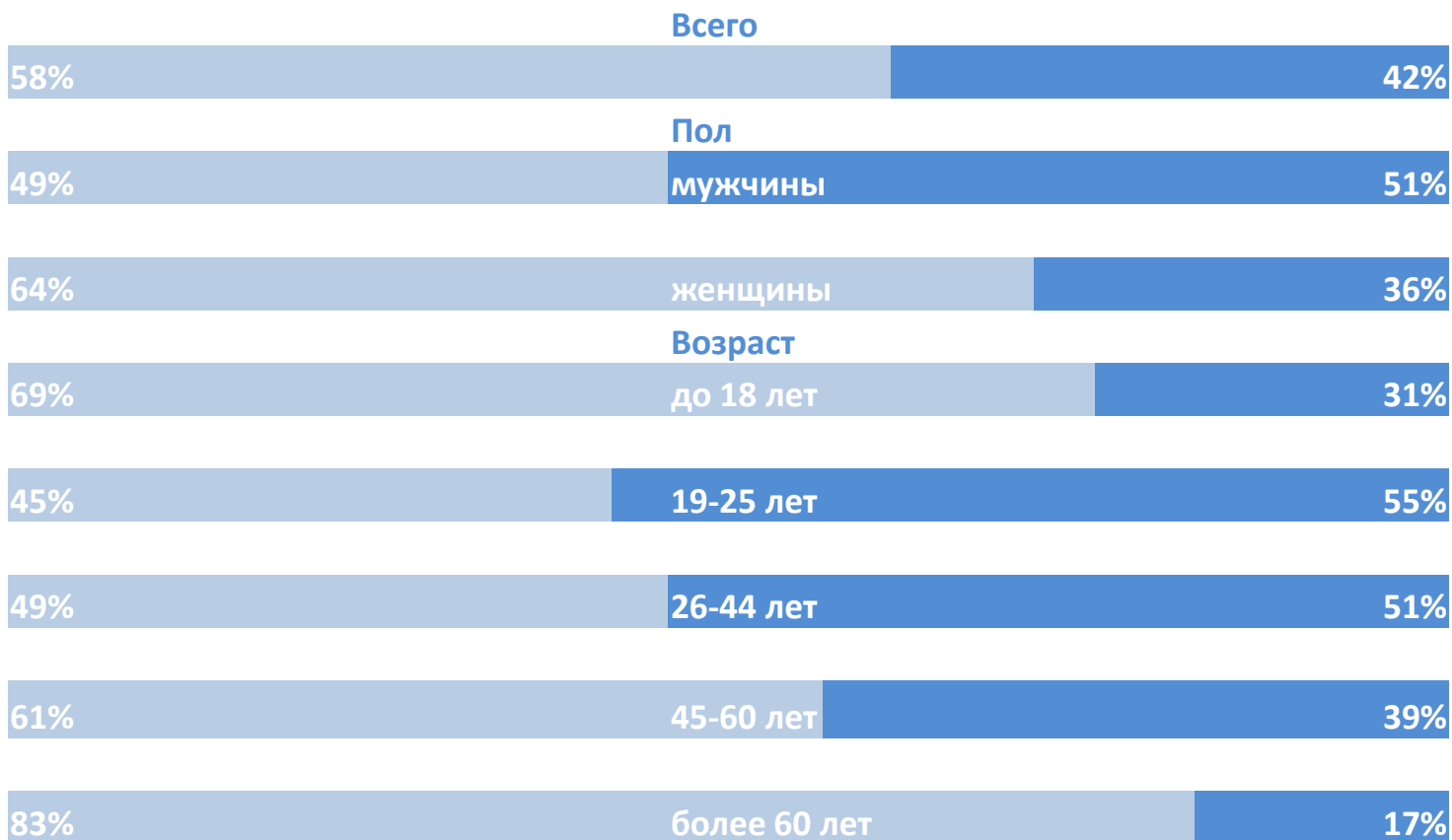
41% из них реже 1 раза в год.

Социальный портрет посетителей музеев города Смоленска и Смоленской области

05

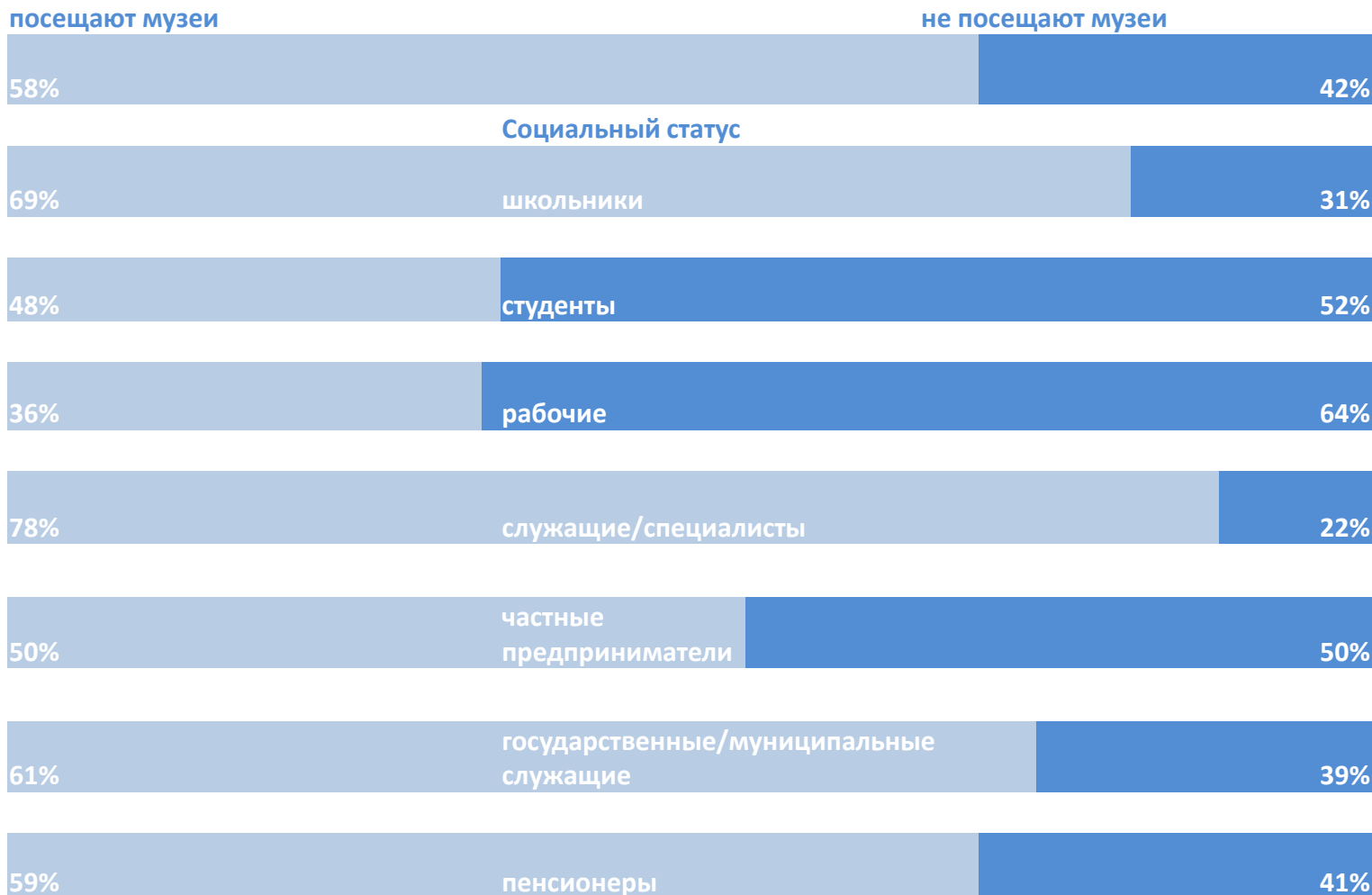
посещают музеи

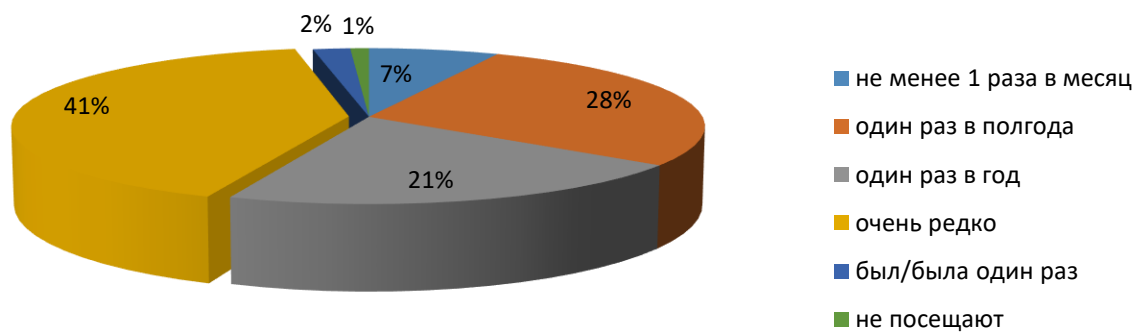
не посещают музеи

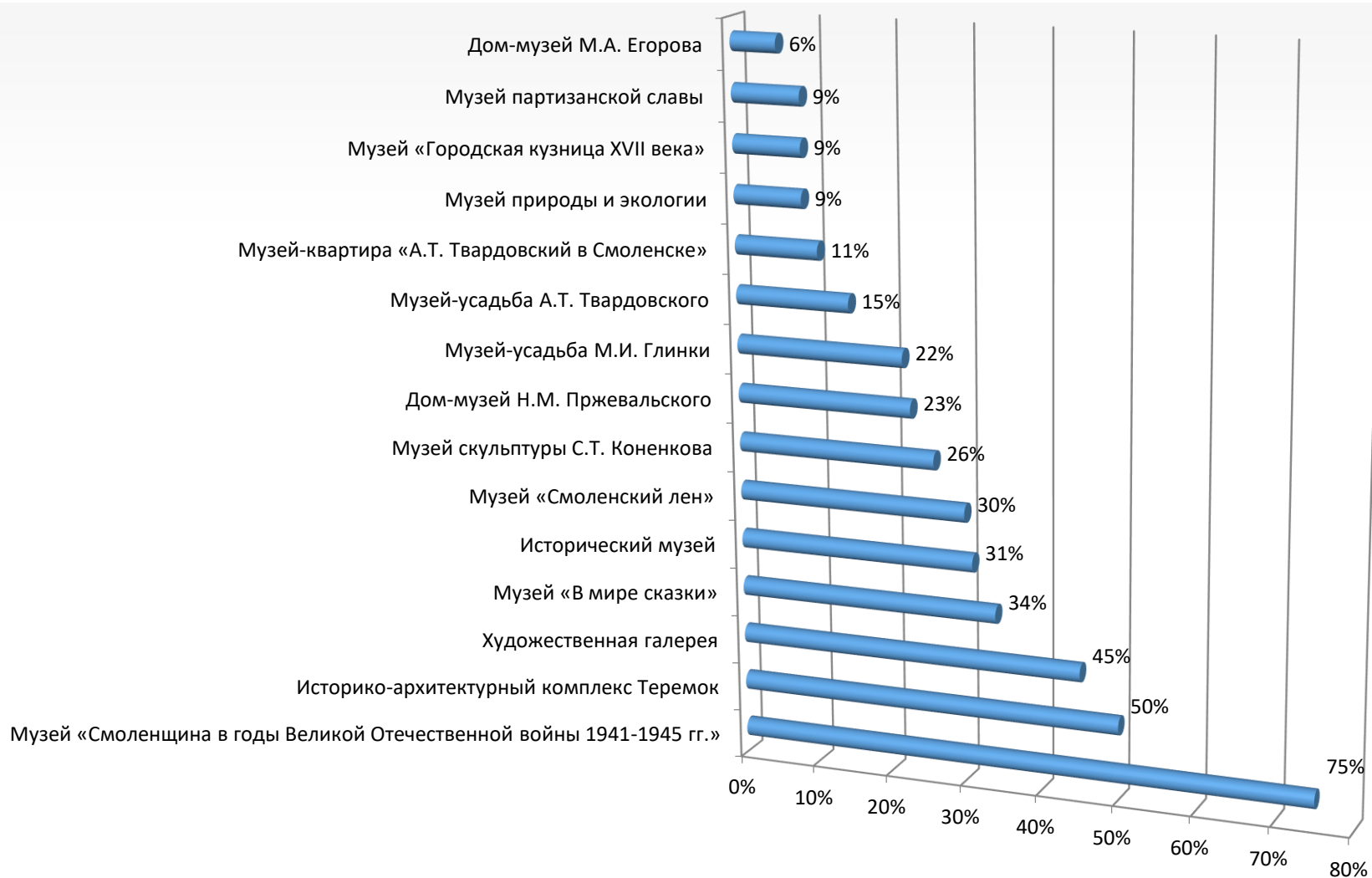


Социальный портрет посетителей музеев города Смоленска и Смоленской области

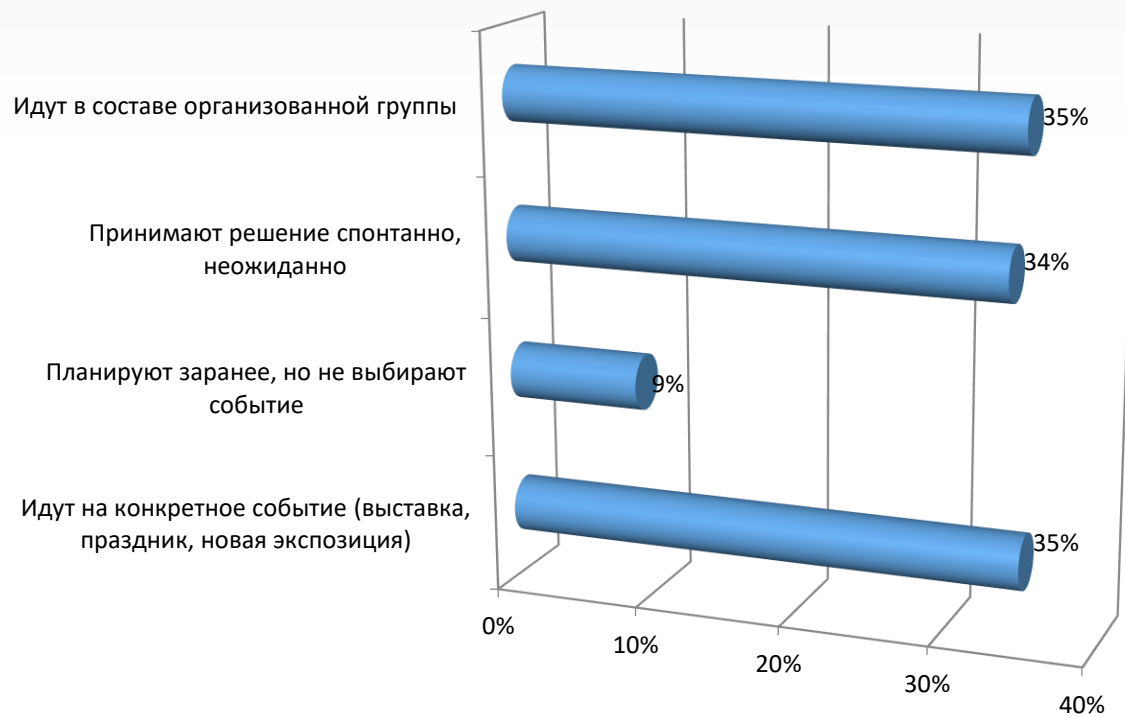
06



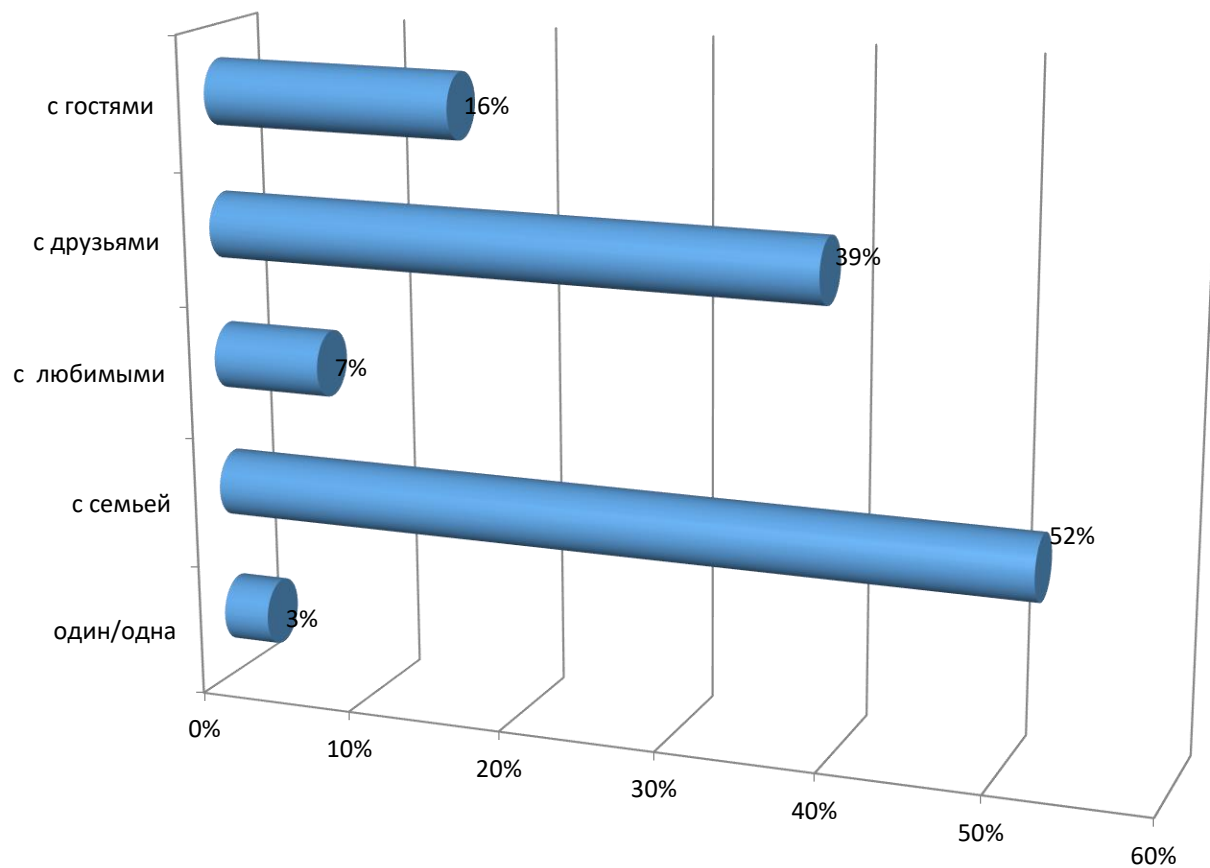




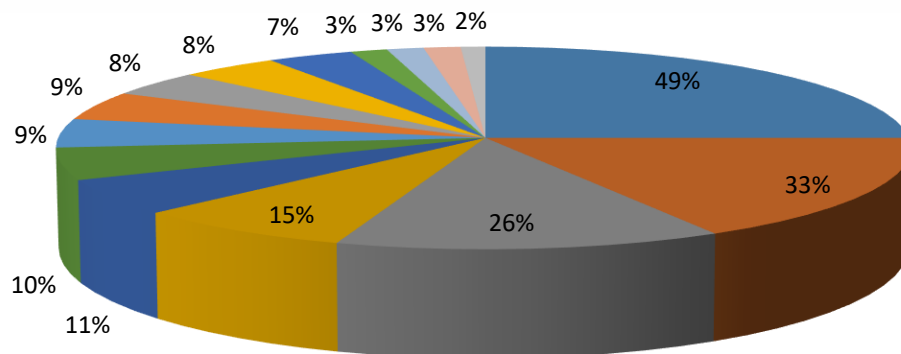
35% посещают музеи только во
время проведения различных
мероприятий



Чаще всего музеи посещают с
семьей и родственниками

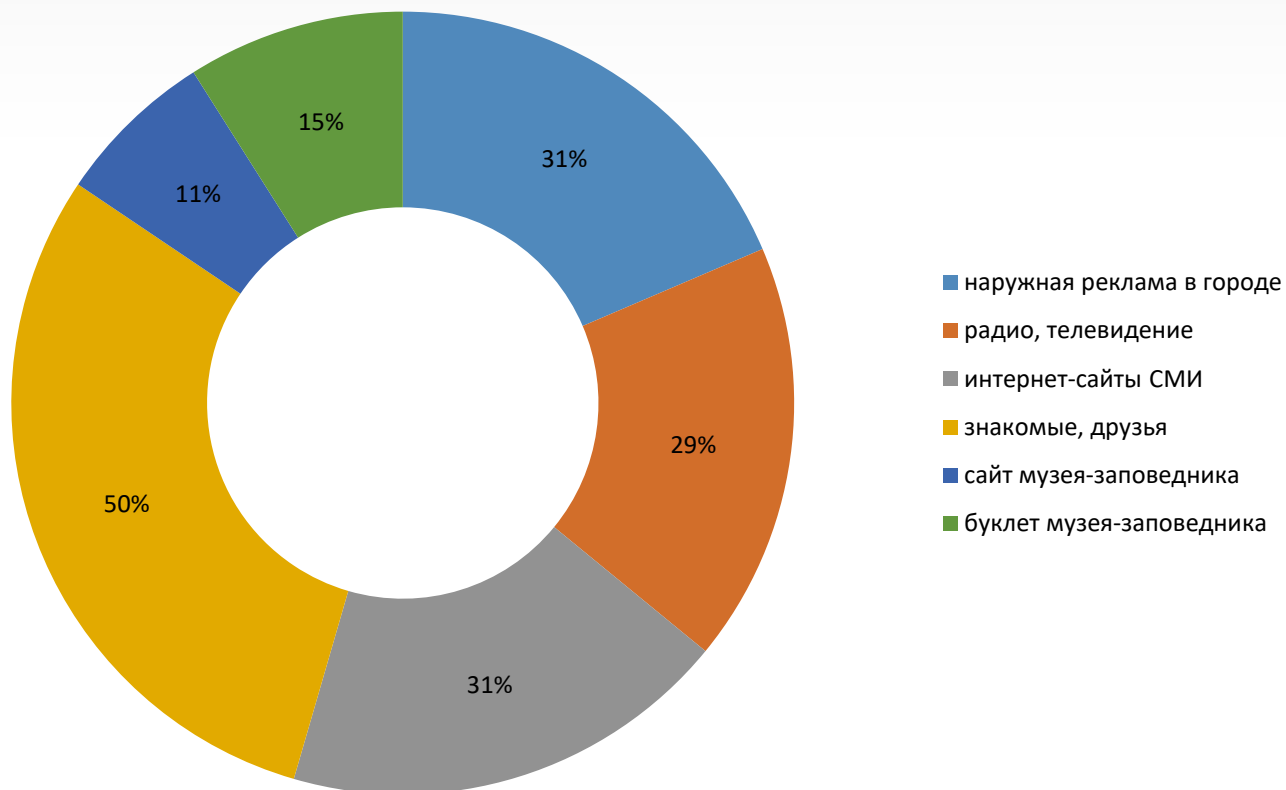


Самые любимые музеи смолян:
Историко-архитектурный комплекс
Теремок, Художественная галерея и
музей «Смоленщина в годы Великой
Отечественной войны 1941-1945 гг.»



- Музей «Смоленщина в годы Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.»
- Художественная галерея
- Историко-архитектурный комплекс Теремок
- Музей «В мире сказки»
- Исторический музей
- Музей скульптуры С.Т. Коненкова
- Музей «Смоленский лен»
- Музей-усадьба М.И. Глинки
- Дом-музей Н.М. Пржевальского
- Музей партизанской славы
- Музей природы и экологии
- Музей-усадьба А.Т. Твардовского
- Музей-квартира «А.Т. Твардовский в Смоленске»
- Музей «Городская кузница XVII века»
- Дом-музей М.А. Егорова

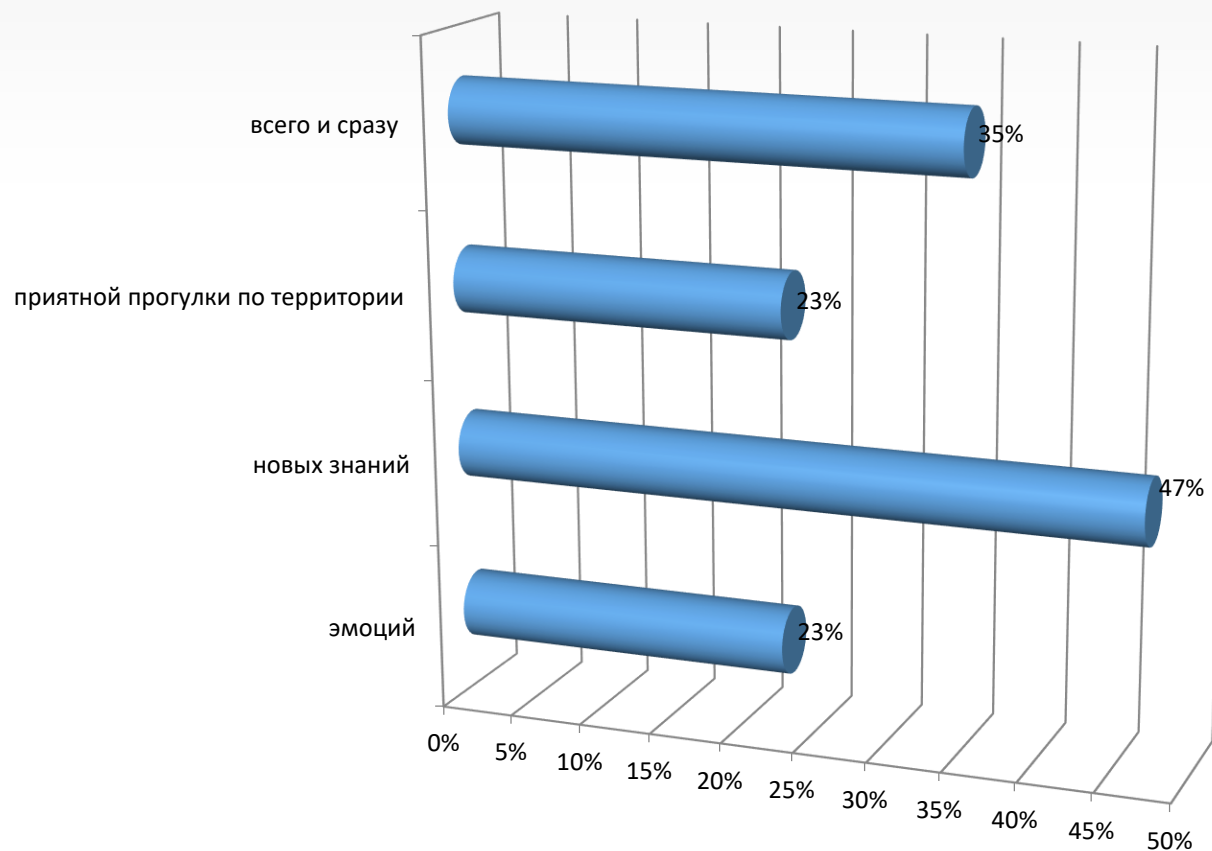
Чаще всего узнают информацию о мероприятиях, проводимых музеями, через знакомых, друзей, наружной рекламы в городе и из интернет-сайтов

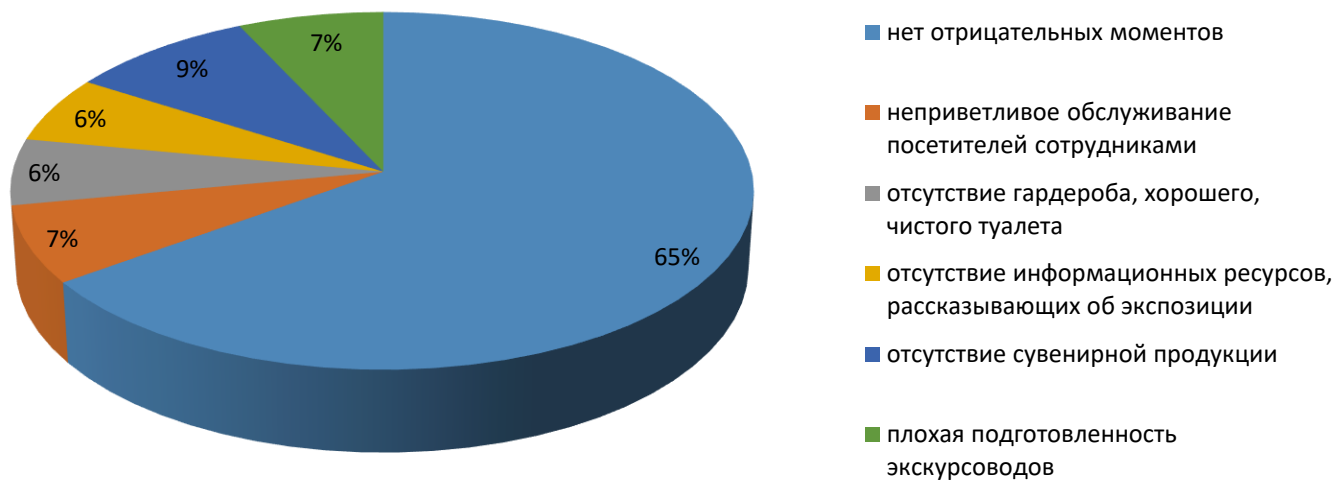


Только 40% знают о существовании
Смоленского государственного
музея-заповедника

Ожидаемые результаты от посещения музеев.

18

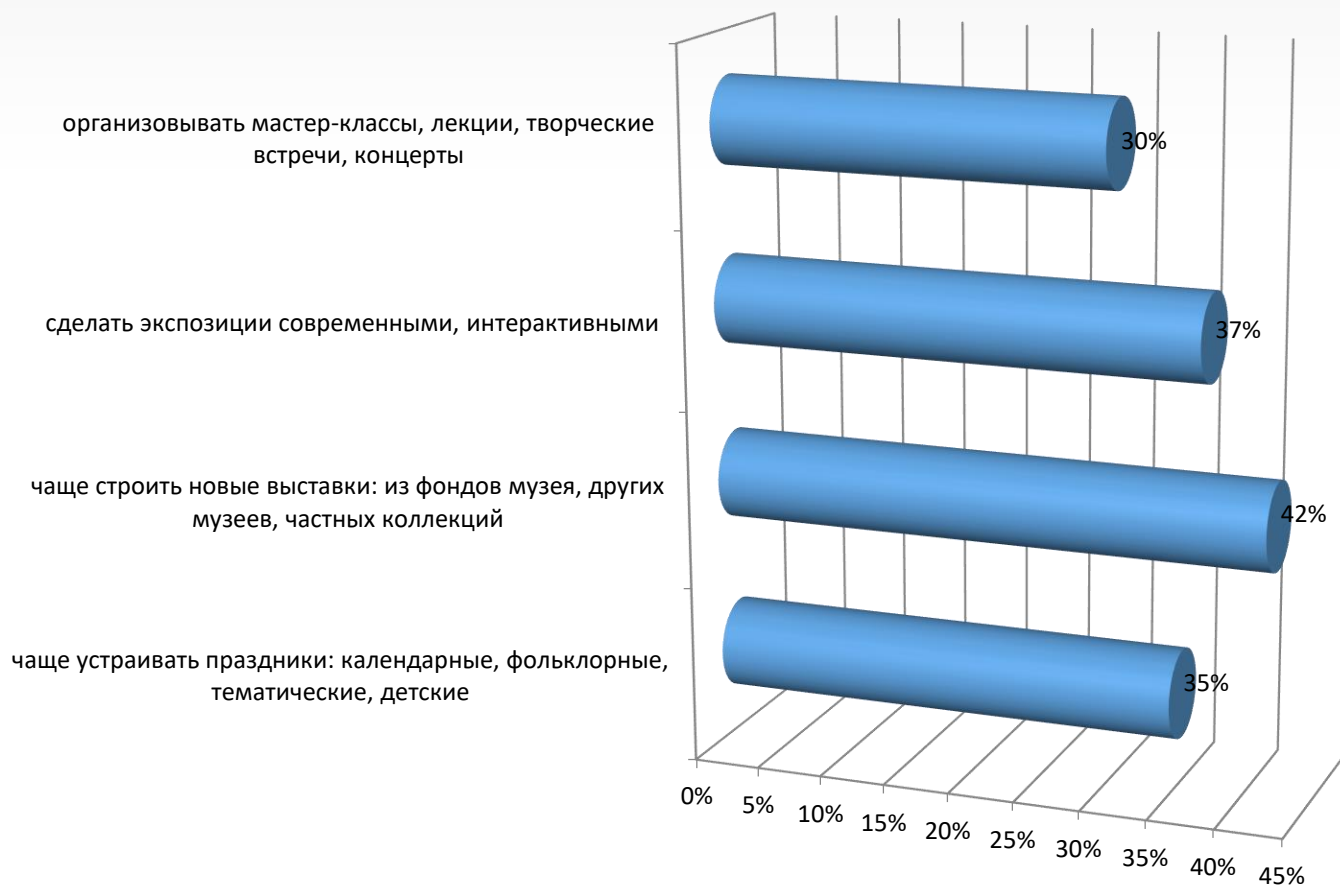




Большинство респондентов считает
необходимым совместить в
деятельности музеев элементы
научности и развлекательности, что
простимулирует их посещать музеи
чаще

Мероприятия необходимые для того чтобы музеи посещали чаще

21





ЦЕНТР
КЛАСТЕРНОГО
РАЗВИТИЯ

«Музей и посетитель»

Отчет о маркетинговом исследовании.

г. Смоленск, 2017 г.

