

Маскот как инструмент коммуникации с клиентами

Научный руководитель – Мармашова Светлана Прокопьевна

Муравская П.Д.¹, Юсеф Д.Ф.²

1 - Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь, *E-mail: kofepei@gmail.com*; 2 - Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь, *E-mail: dianayoussef9924@gmail.com*

Актуальность темы исследования заключается в том, что в эру цифровых технологий рынок меняется настолько стремительно, что привычные маркетинговые коммуникации уже не дают желаемого результата. Именно поэтому в современном мире формой коммуникации может выступать в том числе и маскот.

Маскот — первоначально название человека, животного или объекта, приносящего удачу, практически любой узнаваемый персонаж, антропоморфный и не очень, представляющий собой некий коллектив. Информация от придуманного и искусственно созданного персонажа воспринимается в разы лучше, чем от живого человека. Как нестареющие представители бренда, маскоты помогают целевой аудитории развивать более тесные отношения с бизнесом. [1]

Маскот создают для особой коммуникации с потенциальным клиентом. Фирменный персонаж компании — образ, вызывающий интерес и заинтересованность. Хорошо продуманный образ может стать лучшим инструментом продаж и маркетинга для любого бизнеса. Талисманы, как правило, олицетворяют бренд, позволяя целевой аудитории лучше запоминать и понимать компанию.

По этой причине мероприятия также заинтересованы в наличии маскота, которого они могли бы также помещать на постеры и сувенирные товары. «Japan Fair», не исключение.

«Japan Fair» — бесплатный двухдневный фестиваль в Белвью, штат Вашингтон, который посвящен японскому искусству и культуре. Посредством живых выступлений на сцене, передачи экспонатов, культурных семинаров и торговых палаток публика погружается в музыку, танец, ремесленничество и философию Японии. [2]

Однажды создав персонажа, необходимо поддерживать его актуальность из года в год, для лучшей связи с потребителем. Некоммерческая организация «ASUNARO», которая является организатором фестиваля, для этого используют не одного персонажа, но одну тему. Организация стремится подчеркнуть азиатскую тематику фестиваля при помощи связи с знаками зодиака, это видно на примере предыдущих маскотов: собаки шиб-ину и кабана. Позволить менять так часто талисманы помогает ежегодный творческий конкурс, организованный самим же фестивалем.

Принять участие могут желающие со всего мира. В нынешнем 2020 году талисманом объявлена мышь, сроки подачи заявки до 29 февраля, а призовой фонд составил 50\$. [3]

Проанализировав предыдущих победителей можно сделать выводы, что: окрас персонажей ограничивается 2-4 цветами, обуславливается это дешевой печатью и трендом к минимализму, у каждого присутствует минимум традиционно японских 2 аксессуара, благодаря чему возникает больше ассоциаций с фестивалем, а также обязательно присутствие названия мероприятия на одном из предметов (рисунок 1).

На основе вышеприведенных выводов был разработан концепт маскота-мышки (рисунок 2). Персонаж: женского пола, что выделяло бы его на фоне предыдущих талисманов, обладает, не считая розовых с черным акцентов, белым окрасом, выбор данной палитры обусловлен в некоторой мере тематикой «серебряной мыши», в качестве аксессуаров держит при себе японские традиционные заколку и зонтик, которые, в свою очередь, являются

сугубо женскими атрибутами, и на зонте, в силу размера, и помещено название фестиваля. Маскот не учитывает лишь стилистические особенности предыдущих конкурсантов, в силу того, что в правилах это не предусмотрено и, скорее всего, будет видоизменено штатным маркетологом.

Проведение таких конкурсов позволяет не столько получить за символичную сумму маскот, но вести коммуникацию с потенциальными клиентами ещё до проведения самого мероприятия.

Проведенное исследование показывает значимость маскота как средства коммуникации с потенциальными потребителями продукта, или, как в конкретном случае, мероприятия, а также значимость правильного подхода к его разработке.

Источники и литература

- 1) Liana Evseenko, MASKOT. Визуальное исследование маскотов. 2019
- 2) Japan Fair: <https://www.japanfairus.org/about>
- 3) Mascot Contest: <https://www.japanfairus.org/mascot-contest>

Иллюстрации



Рис. 1. Персонажи-победители прошлых конкурсов



Рис. 2. Маскот-мышка