



© Studio - Art of Success

**Жил да был  
брадобрей -  
На земле  
не найти  
добрей!**



Barbershop Quartet Day



**BARBERSHOP MUSIC**



ADMIT ONE

Barbershop Quartet Day  
№0000000001



11 April  
Barbershop Quartet Day

№0000000001

**Когда бизнесу не нужна реклама? Да наверное никогда или только в случае, когда владелец бизнеса планирует закрывать фирму.**

**Предположим именно вы владелец и у вас таких планов нет. Как определиться с масштабами и соответствием рекламы тому, что представляет из себя ваша компания. Как выбрать правильные методики и инструменты. Об этом вы можете проконсультироваться в рекламных агентствах, или у рекламных экспертов, а еще читая журнал Art of Success.**

Welcome to our hair salon

Существуют определенные методики пересчета финансов, чтобы заложить рекламный бюджет, но каким бы минимальным он не был, всегда появляется мысль где-то сэкономить. Что же может быть инструментом для того, чтобы реализовать такое желание? Перво-наперво взгляните какие рекламные носители или способы рекламы вам необходимы. Речь идет о почтовых рассылках буклетов и флаеров, распространения их на улицах или в местах общедоступного пользования, здесь же телевидение, радио и интернет, а еще газеты и журналы, но это в случае если они еще не закрылись. На сегодняшний день бумажные рекламные носители перебираются в интернет пространство и не за горами время, когда они превратятся больше в ценность букинистов, чем в периодический общедоступный ресурс. После того, как вы проанализировали все рекламное пространство, пересчитали и сравнили их ценники, посмотрите, чем располагаете именно вы. Возможно в вашем распоряжении есть стена дома, на которой местный художник может сделать рекламное граффити вашего товара или сервиса, а может вам достаточно сделать выносной баннер на обочину улицы или пригласить в свой бизнес одного или двух, а еще лучше четырех сотрудников с хорошими голосами. Почему четырех? Да просто именно такое количество дает возможность создать квартет, благодаря которому ваша компания станет необычной и популярной на фоне ваших «унылых» и «банальных» конкурентов.





Идея и история возникновения поющих непрофессиональных вокалистов, которые объединялись в небольшие группы и исполняли незамысловатый песенный репертуар, уходит в седую древность. А вот возникновение квартетов поющих брадобреев хоть и также не из прошлого века, но все же имеет более определенные корни. Датируются такие ростки творчества временами Шекспира, а географически - Великобритания. Атмосфера жесткой конкуренции. Брадобреи придумывают новые рекламные ходы для привлечения посетителей. Воскресные дни, когда максимальный наплыв клиентов в поисках быстрого, качественного и недорогого обслуживания слоняется по улицам города, привлекается не только рекламными щитами, но и пением профессиональных музыкантов. Именно привлекая профессиональных музыкантов, цирюльни удерживали клиентов в очередях ожидания. Этот рекламный трюк стал предвестником возникновения целого стиля музыкального творчества развившегося в XX века в Соединенных Штатах, название стиля «Барбершоп». Как звучат нынешние коллективы, которые практикуют этот стиль, можно услышать в интернет, а вот идея живого пения в ныне существующих фирмах, это может быть весьма оригинально, особенно если вам нужно привлечь к себе внимание на уровне рекламной компании. Дорого это или нет? Как часто стоит приглашать певцов, а может вменить пение в обязанность своим сотрудникам? Каков должен быть репертуар и так далее? Все это вопросы, которые определяются вашими клиентами или вашим здравым рассудком. Самое главное, что это работает!

Что стоит сделать кроме того, чтобы пригласить в свой офис певцов или провести несколько репетиций внутри коллектива? Первое, это выбрать дату или даты, когда вы планируете проведение своих пиар акций. Второе, необходимо поставить в известность своих клиентов о том что они либо должны быть приятно удивлены вашим сюрпризом, либо что их ждет кроме обычного будничного сервиса небольшой концерт, который естественно будет совершенно бесплатен. Все действия связанные с информацией ваших посетителей уже в некотором роде ваша реклама. Стоит заметить, что нынешние технические средства связи сводят затраты на такую рекламную информацию к минимуму. Среди рассылки могут быть билеты с номерными подарочными купонами, иллюстрации со временем проведения для e-мейл рассылки или для публикации в социальных сетях, небольшие флаеры с вашими услугами, товаром и репертуаром. Было бы неплохо, на дату песенных рекламных мероприятий, сделать книгу для отзывов и пожеланий, такая книга позволит более детально ориентироваться в результативности и пользе такой рекламы.

На сайте Studio - Art of Success вы можете посмотреть и скачать иллюстрации, которые дизайнеры компании подготовили в качестве образцов ко дню Barbershop Quartet Day. Надеюсь, что вы понимаете, что это только примеры и приглашительные, и билеты, и брошюры могут быть под любой другой вид бизнеса и под любую другую дату.





© Studio - Art of Success



Журнал Art of Success ежемесячно рассказывает о самых разнообразных праздниках, которые могут быть интересны и полезны в развитии вашего бренда. В следующих публикациях, в рамках рубрики «Рекламный Эксперт» мы будем и дальше рассказывать о новых или хорошо забытых рекламных мероприятиях, которые могут быть взяты на вооружение любым бизнесом, главное, чтобы это было интересно вашим клиентам и необременительно вам по финансам.