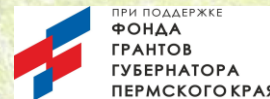


Наброски к портрету завсегдатаев третьих мест Пермского края. Сообщество "Разгуляем Пермь"

Бюро
гражданских
компетенции



Портрет третьего места

Тип третьего места

Виртуальное третье место: сообщество городских туристов и исследователей города

Краткое описание третьего места, краткая история. Перечень услуг, которые предоставляет посетителям, основные занятия / действия посетителей третьего места? Что здесь обычно делают?

Сообщество появилось в 2022 г. Первоначально идея была именно в создании третьего места, платформы, где можно услышать разные точки зрения, где можно услышать разных людей и где можно высказать эту точку зрения. Экскурсия как действительно свободная площадка для разных мнений. На практике получилось не совсем так. Нельзя сказать, чтобы получилась даже виртуальная платформа, где члены сообщества общаются - пока скорее информационная площадка.

Также первоначально сообщество задумывалось и как площадка, на которой любой гид или тот, кто хочет стать гидом, может попробовать свои силы - такая безопасная площадка в достаточно узкой группе. Это тоже не совсем удалось: гиды, которые уже имели знание и опыт, были не готовы к маленьким группам, а юные дарования не рисковали.

Сейчас сообщество проводит много индивидуальных экскурсий: они более выгодны для экскурсоводов, их проще собрать при не очень большой целевой аудитории.

Портрет третьего места

Какие аудитории посещают третье место, в каком количестве в среднем за неделю/месяц/год?

Сейчас (прим. - в октябре 2024 г.) в группе ВКонтакте чуть больше 400 человек, в группе в Телеграме - 180. Постоянных экскурсантов, которые приходят на разные экскурсии сообщества - человек 20, остальные посетители экскурсий - новые лица. Но так как экскурсоводы “Разгуляем Пермь” работают и на “Маршрутах Перми”, есть случаи, когда посетители “Маршрутов”, которым нравится их подача, приходят уже на мероприятия “Разгуляем Пермь”.

Группа на экскурсиях “Разгуляем Пермь” - не больше 15 человек, обычно 7-10. Для экскурсовода маленькая группа комфортнее. Больше человек может быть только при заказе экскурсии.

Есть ли аудитории, для которых вход в ваше третье место закрыт?

“Нежелательные” люди отсекаются ценой билета. Команде “Разгуляем Пермь” важно сохранить ценность того продукта, который они продают и потребительское отношение посетителей, которые привыкли получать его бесплатно, неприемлемо. Причем такие люди могут быть любого пола, возраста и т.д. - просто люди, привыкшие к бесплатным экскурсиям.

Портрет третьего места

И наоборот - есть ли аудитории, которые пока не пользуются вашими услугами?

Пока не удастся привлечь подростков, потому что это самая сложная аудитория с точки зрения мотивации. Есть идея создать для них школу гидов, чтобы они создавали свои маршруты, чтобы они пробовали себя в такой ипостаси, чтобы у них была площадка для самовыражения. Такая идея есть, но очень сложно пройти грань между ценностью и ценой: у подростка не будет денег за это платить, а родители платить не захотят.

Какие сервисы нужны основной и дополнительным аудиториям?

Не всегда экскурсию можно адаптировать под всех посетителей, но маршрут экскурсии известен сразу: если маршрут барьерный, например, для людей с ограниченными возможностями, то экскурсовод ничего с этим сделать не может.

Адаптируется ли экскурсия под гостей? Да, потому что гид - это психолог, который моментально подстраивается под ту аудиторию, которая к нему пришла. Пришли бабульки, которым нужно вспомнить их молодость - значит мы вспоминаем их молодость. Становится ли экскурсия детской, если есть один ребенок? Нет. Хотя у сообщества есть и детские экскурсии, от них все в восторге, но набрать группу на них практически нереально. А если в группе 2-3 ребенка - экскурсия уже превращается в детскую, потому что экскурсовод держит внимание детей больше, чем взрослых, а взрослые пришли “вывести детей”.

Портрет третьего места

Платность услуг и их средняя стоимость

Сейчас стоимость экскурсии - 500 рублей. Это дороже, чем в среднем по городу, но у “Разгуляем Пермь”, во-первых, меньше группы, во-вторых - авторский контент и подача, которая отличается от других экскурсий. Есть и индивидуальные экскурсии, там стоимость зависит от группы. Есть и бесплатные для посетителей экскурсии, но они организуются с партнерами (например, Горзеленстрой, Пермская синагога), часто направлены как бы на продвижение городских территорий. После таких экскурсий добавляется новая аудитория, но есть ловушка: люди уже сходили на бесплатную экскурсию и не готовы платить.

Сейчас в сообществе внедряется практика благотворительных взносов: оказалось, что те, кто купил билет, в общем-то не готовы вносить и взнос, а тем, кто пришел на бесплатную экскурсию, проще расстаться с деньгами, но больше 100 рублей всё равно никто не вносил.

Уникальность третьего места, связь с другими третьими местами

Интерес больших компаний (Горлес, Горзеленстрой) говорит о том, что формат и подача отличает “Разгуляем Пермь” от аналогичных экскурсионных сообществ. В “Разгуляем Пермь” всегда были билеты на экскурсии, никаких списков, записи по телефону и т.д. Билеты продаются официально, с них платятся налоги. “Разгуляем Пермь” воспитывает аудиторию: за билеты надо платить, причем платить заранее.

Портрет аудитории

Демография:

Название аудитории / Возраст / Пол / Семейное положение / Профессия / Образование / Увлечения

Первая категория, она характерна для всех, кто проводит экскурсии - это женщины старше 40-50 лет, у них есть свободное время, они могут позволить себе потратить 400-500 рублей без внутреннего конфликта. Они хотят провести вечер с подругами. На эту аудиторию стоит надеяться, если хотите зарабатывать.

Вторая категория, наиболее интересная для сообщества, но очень сложная для привлечения - это люди 30-40 лет, которые зарабатывают самостоятельно, у которых есть семья, чаще всего уже есть дети: чаще не взрослые, от очень маленького до подросткового возраста - и которые хотят расширить как-то свой досуг. Приходят в основном по инициативе женщины, но бывают и исключения. Эта аудитория более интересная, у них меньше заложенных ожиданий, они более открытые.

Получается интересное противоречие: на экскурсии в основном приходит первая категория, но контент экскурсий разрабатывается для второй - и этот контент первой аудитории тоже интересен: они еще ощущают себя молодыми и достаточно дерзкими, а их уже записали в немолодые и недерзкие, но экскурсия для них снова как для молодых и дерзких.

Портрет аудитории

Демография:

Название аудитории / Возраст / Пол / Семейное положение / Профессия / Образование / Увлечения (продолжение)

Вторую аудиторию привлечь сложнее, например, потому что у них меньше времени, и их скорее можно привлечь на уникальное событие, но постоянно создавать уникальные события - уже сложно для экскурсоводов.

А ориентироваться на первую аудиторию неинтересно, потому что для них экскурсий в городе и так много, почти все рассчитаны на них.

У “Разгуляем Пермь” есть и постоянные клиенты, но это скорее люди, которые привыкли свой досуг организовывать подобным образом: они ходят и на “Маршруты Перми”, и на другие экскурсии.

Подробнее о третьем месте:

ВК: <https://vk.com/razgulyaemperm> TG: <https://t.me/razgulyaemperm>