

舞蹈培训机构的运营管理与发展策略

江波

(澳门科技大学 中国澳门)

摘要:在社会不断发展和经济进步的现在,中小学九年,义务教育,对舞蹈艺术越来越重视,人们对舞蹈的需求也日益增高,很多学生,在对舞蹈艺术产生兴趣的同时也得到了舞蹈艺术所带来的益处,在教育体制不断改革的现如今,舞蹈艺术已然成了推动,社会发展人才多元化和市场多形态的重要方式,也是一项为了培养校外艺术人员的重要活动。在舞蹈艺术行业越发受重视,培训市场多元化的现如今,造就了舞蹈专业人才发展的良性态势。

关键词:舞蹈培训;运营;管理

一、品牌意识

市场品牌意识,在舞蹈艺术持续发展的过程中,占据着比较重要的位置,只有正确的品牌意识才可以对舞蹈培训机构的持续性发展更加促进,也能在现如今市场竞争叫激烈的机构中获得一席之地。品牌意识的体现有许多方法,其中机构的教学和服务环节还有教学的质量和氛围去塑造好品牌的表现,也是品牌意识体现的关键要素,除此之外,舞蹈培训机构也要做好对舞蹈教学的持久战准备,要树立教学优先学员第一复制上的理念。

1.品牌机构是客户对于舞蹈艺术机构的第一印象在塑造品牌机构的阶段中,有教学质量,教学宣传教学环境多方面的内容。将这些内容融会贯通,共同浓缩出企业的机构品牌形象,这是品牌形象的外在要素,对于一些还在于产业形式的初期,舞蹈培训机构塑造品牌已经成为了发展的关键,这也是在舞蹈培训过程中,能够规范行为的重要方式。

2.其次要对品牌形象做好塑造,因为品牌形象的策划,在机构发展中也是非常重要的,任何一个机构的名称都会对他未来的宣传发展起到居住轻重的作用,品牌形象的塑造能够直接关系到机构人群面对品牌时的记忆度和推广度,机构的名称和品牌有着非常关键的联系核心层面的形象也比较关键,他主要可以从品牌个性和定位文化三个方面构成。培训机构也有展现出自身的独特性,策划出符合本企业的培训服务,要对机构服务的提供和培训机构的营销做好规划,你要对收培训的对象做好管理,最后应该明确品牌口号,培训机构的品牌标志等等。

3.从本质的角度来说,对于塑造品牌的基本要素足够明确,也是塑造形象的过程,所以在塑造品牌的过程中,要对内外因素都要同时注重,比如说内部因素的学员对于机构有自我的心理学求和文化需求,而且有着自己的看法,所以机构在塑造品牌的时候,要对这些学员做一个调研,理解该机构应该如何营销?不管用什么办法什么途径都要在自身市场的发展中做好品牌塑造,理解该品牌的主要价值,在塑造过程中也要跟市场文化相结合,让自己的优势能够在市场激烈的竞争中夺得一席之地。

二、舞蹈培训市场营销策略

根据市场的营销和策略中要制定好营销方案,也就是市场的价格要跟课程价格相结合,在市场调研的情况下,在设置现场方案,能够综合企业文化和机构特色,设置出具有记忆点,自我特色能够体现营销的 logo 就是机构管理的基本内容,在这种情况下,再结合培训机构的个人特色,就能获得一些有效的营销策略。

(二)舞蹈培训机构的在产品策略方面,最主要的就是策划该机构的一系列活动,比如说寒暑假的舞蹈培训,考级舞蹈,还有考前提升冲刺班,以及一些机构共同组织合作的特训班,这些全部都是一类舞蹈类的规定产品,这种产品越多才能够凸显出该舞蹈培训机构的活力。比如其中的一项活动在运作过程中出现了问题,那么其他种类的业务活动就可以,在原来的位置继续维持机构统一进行,不会影响到机构的日常运作,也可以在舞蹈种类上,再度创新不断延伸种类和数量,能够满足学员的需求。

(三)在价格方面要通过多,种类多因素的考虑,在制定价格的过程中,也要考虑到市场内受众人群的经济能力。不同的受众,所能够承受的经济能力不同,消费习惯也不同,所以在授课人员设计水平和薪水还有课程费的设置方面,培训机构要先做好一个市场

调研,在确保利用合理的大环境下,在对培训制定与它相匹配的价格,能够通过多种方法根据多种有效的定价方式满足不同学员的个人需求。

(四)在促销策略方面,有宣传策略,针对策略和促销问题。宣传策略能够让学员从宣传的册子或者是其他方面能够更直观地了解到,舞蹈培训机构。可以更加直观的刺激学员的舞蹈需求。多方面地通过市场营销,让学员选择机构课程,进行消费,就是宣传策略市场营销中比较重要的目的,所以培训机构在进行宣传策略的时候,要明确市场定位针对不同的人群,推销不同的产品,也要在理解市场价值观念上,对目标市场不断细分,进行有目标有目的,针对性的宣传。第二点的针对策略促销,顾名思义,就是开展,对于线下,受众人群,针对性的措施,比如推出试听课程课程结束后,对于受众人群,发放调研表让他们提出自己的看法和对该课的意见,能够建立双方信任,听取意见,培训更好的舞蹈机构,第三点是对促销问题的明确。首先培训机构,要理解促销原则,用心活动新卖点作为重要,突破点,对于基本原则,促销原则,权威原则,公益则和实施原则,都要做好了解,通过一系列的途径和手段进行大面积宣传,联络到参与促销的部门,让各部门之间互相沟通,互相协作,能够在活动进行的过程中保证活动可以顺利进行,所以机构要跟相关部门共同了解,并且要明确好个人的分工工作。能够保证细节的控制和每个环节的联系,所以相关的负责人,不仅需要宏观意识,也需要围观意识,要把极强的责任和协作能力落实到个人手中,这让相关负责人具有较大的责任心和责任压力,组织好一个活动,营造好活动氛围。最后要营造一个好的现场,分为利用好该机构的优势,通过自媒体和新闻联播宣传,在活动过程中要抓好社会形象促使舞蹈培训机构的企业形象直线上升,让每一项责任都能落实到人,提高外在形象这是不容忽视的。所以在企业发展的过程中,要做好宣传市场的外在因素环境建设,也要做好新闻报道的评述,对一些具有公益类的活动更要越发促进,让企业的形象直线上升。

三、结束语

舞蹈机构管理是一个长期的工作,在工作过程中,必须要对团队的思路 and 重点,要做好规划你清楚目前的局面,不要让工作在这个过程中显得混乱,杂乱。而且也要对岗位上的人员重点培养和培训,在策划人员跟机构状况中要培养他们对市场的调研洞察能力和及时反应能力,在营销人员的培养中,也要对他们市场的操控能力和目前市场软件营销策略都要注重,要做好对企业的全局观,管理宽,组织好协调各方面的综合素质,这些结合起来,才能对舞蹈管理中心持续发展,长远发展。

参考文献:

- [1]何忠;论影响体育舞蹈选手水平提高的几个关键技术[J];襄樊学院报;2012年02期
- [2]李小芬,肖光来,张清澍;北京、武汉、长沙地区少儿体育舞蹈开展的现状调查及对策研究[J];北京体育大学学报;2012年01期
- [3]张有平;土家族体育舞蹈“莲湘”[J];体育文化导刊;2013年05期
- [4]单亚萍;关于体育舞蹈美学价值的研究[J];北京体育大学学报;2014年01期