

ВИБІР ОПТИМАЛЬНОГО СПОСОБУ ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ, ЩО СПЕЦІАЛІЗУЄТЬСЯ НА EVENT-MARKETING

Студ. Рамандаш Ю.В.

Наук. керівник. доц. Зимбалецька Ю.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Для вирішення завдань в умовах, коли реклама й інші способи просування товарів перетворюються на свято, коли ідея про необхідність споживання товару доноситься до споживача у вигляді деякого яскравого і незабутнього дійства, застосовується event-marketing. Він має на меті знайти новий спосіб зближення з цільовою аудиторією, коли вже відомі більше не працюють і рясніють ідентичними пропозиціями. Система Event-marketing стає все більш популярною, і все більше компаній вдаються до організації заходів, реалізуючи свою маркетингову стратегію. Це один з дієвих інструментів формування ставлення до компанії або її продукту. Дослідження Асоціації івенторів України показали, що протягом календарного року кожна компанія виокремлює як мінімум три «івенти».

Очевидно, що спектр можливостей event-marketing маркетингу досить широкий, і існує дуже багато форм їх використання. Як правило, організація «івентів» спрямована на запуск нових брендів, стимулювання, споживання існуючих продуктів або створення дружньої атмосфери в колективі компанії. За допомогою грамотно проведеного event-marketing можна не тільки підвищити пізнаваність марки, стимулювати збут, а й прищепити аудиторії лояльність до бренду. Причому застосування event-marketing вигідно не тільки для того, щоб нагадати про компанію, але і при появі товару на ринку, правильно оперуючи всіма рекламними засобами в сукупності

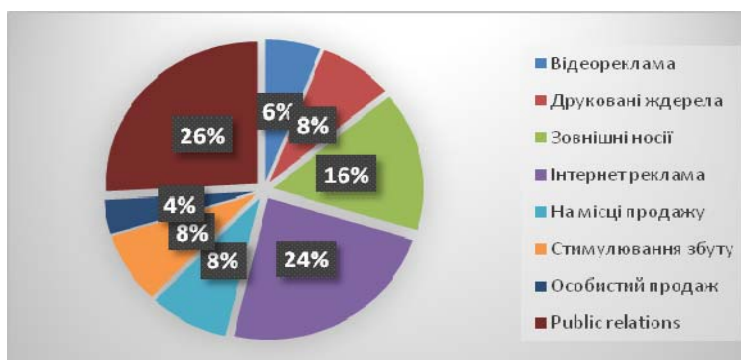


Рис.1. Структура відповідей респондентів на запитання стосовно найефективнішого інструменту просування послуг event-marketing

Event marketing – один з найперспективніших напрямів комунікаційної політики в будь-якій сфері бізнесу, однак він не повинен бути єдиною складовою цієї політики. З метою визначення оптимального способу просування послуг event-marketing було проведено поетапне опитування: потенційних клієнтів на вулиці та в Інтернет, а також анкетування безпосередньо клієнтів компанії. За результатами проведеного дослідження найефективнішими інструментами просування послуг компанії, що спеціалізується на event-marketing, є Public Relations, Інтернет-реклама та реклама на зовнішніх носіях (рис.1). Сукупність цих засобів варто визначати як оптимальний комплекс для успішного просування послуг event-marketing, залежно від масштабності рекламної кампанії, розміру її бюджету та бажаного рівня розвитку компанії. При цьому ключову роль відіграють якість та оригінальність послуг event-marketing, що є вирішальними факторами при прийнятті рішення щодо вибору компанії.