

Событийный менеджмент как инструмент продвижения

Научный руководитель – Гурнак Александра Владиславовна

Овчинникова Анна Алексеевна

E-mail: anyaovchinnikoff@gmail.com

Событийный менеджмент как инструмент продвижения Событийный менеджмент продолжает оставаться актуальным и востребованным в современном мире. Благодаря мероприятиям компании могут продвигать бренд, услугу или продукт. Целью данного исследования является изучение влияния мероприятия “Летняя вечеринка TheGirl и Like Book на бренд TheGirl” и оценка эффективности мероприятия.

Любой бренд или компания заинтересованы в проведении успешного мероприятия, которое сможет привлечь новых партнеров или покупателей.

Для проведения успешного мероприятия необходимо разработать план, благодаря которому можно эффективно распределить ресурсы, такие как деньги, время и персонал:

1. Определение целей данного мероприятия (продвижение бренда, привлечение целевой аудитории, введение на рынок нового продукта)

2. Планирование события:

- создание сценария, благодаря которому мероприятие пройдет интересно и увлекательно для гостей
- поиск площадки
- приглашение медийных личностей

3. Продвижение и маркетинг (привлечение внимания аудитории к мероприятию с помощью социальных сетей, таких как Telegram, Вконтакте, и официального сайта TheGirl)

4. Подготовка материалов и ресурсов:

- поиск ведущего и других специалистов, которые будут проводить различные интерактивные игры
- покупка декора
- создание фотозоны
- закупка подарков от партнеров, которые гости смогут показать в своих социальных сетях и рассказать о бренде

5. Проведение мероприятия (контроль события, ведение фото- и видеосъемки гостей, розыгрыш призов)

6. Оценка результатов мероприятия (сбор обратной связи от участников, оценка эффективности мероприятия и определение возможных улучшений на будущее).

Благодаря ивент-менеджменту компании удастся достичь следующих целей:

- одновременное продвижение двух брендов - “TheGirl” и “LikeBook”
- укрепление партнерских отношений между двумя компаниями
- привлечение новой аудитории - мероприятие нацелено на привлечение новой аудитории к брендам “TheGirl” и “LikeBook”. Проведение интересной и запоминающейся вечеринки поможет привлечь внимание потенциальных клиентов, подписчиков и партнеров.

- создание положительного имиджа этих брендов - как модных, стильных и инновационных поможет укрепить их позиции на рынке и привлечь внимание целевой аудитории; этому также способствует праздничная атмосфера мероприятия, возможность общения с интересными людьми и проведение времени в приятной компании.

Таким образом, продвижение бренда благодаря событийному менеджменту может быть эффективным инструментом для достижения маркетинговых целей и укрепления позиций на рынке. Изучение событийного менеджмента представляет собой увлекательную и перспективную область исследований. Например, возможности применения виртуальной и дополненной реальности для улучшения событий, поиск возможностей проведения более экологичных мероприятий, поиск новых направлений коммуникации с целевой аудиторией бренда, а также изучение особенностей организации и проведения международных событий.