



# Івент-маркетинг 2023

---

ОЛЕНА БОНДАРЕНКО І ВОЛОДИМИР САМЧУК,  
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ДТЕУ

## Цілі індустрії існують як серії подій:

---

*Світ моди і модні покази* (Мілан, Париж, Нью-Йорк, Лондон)

*Спортивні змагання* – армії поціновувачів і вболівальницька культура, рівень спонсорської чи партнерської підтримки, доходи клубів, платня гравців якості їх гри: події, промоушн, трансляції, зірки..., продаж брендованої клубної символіки

NBA

FIFA world championship

Premier League

Кубок Англії Ліга Чемпіонів

Rugby (Європа і південна півкуля)

Автомобільні перегони (престижні Формула 1 і WRC)



**Сфера мистецтва** – найпрестижніші світові галереї, традиція і еволюція їхньої діяльності (від виставки напрямків до експозиції окремих митців, від офіційних салонів до незалежних заходів і альтернативних усталеному смаків)

**Кіберспортивні змагання**

**Музичні, культурні, екологічні,  
кіно фестивалі...**

Фестиваль у Каннах

Санденс

Берлінський кінофестиваль...



**Благодійні та іміджеві заходи**

**Грандіозні виставки сучасної електроніки**

---

**Деякі бренди принципово обирають стратегію просування за рахунок організації заходів:**

**Stihl** <https://www.stihl-timbersports.com/en> **Red Bull** <https://www.redbull.com/ua-uk/events> + <https://www.youtube.com/c/redbullgivesyouwings>

**Google** <https://developers.google.com/events> + [https://opensourcelive.withgoogle.com/events/gaming-day-2021?utm\\_source=social](https://opensourcelive.withgoogle.com/events/gaming-day-2021?utm_source=social)

<https://buildyourfuture.withgoogle.com/events/>

**Подієвий маркетинг** – діяльність з організації спеціальних акцій (заходів), спрямованих на просування бізнесу за допомогою яскравих подій: презентацій, шоу, конференцій, семінарів, внутрішньо-корпоративних святкових заходів, вечірок та ін.

Формула «зупиніться...прیدіліть увагу...візьміть участь» – осердя івент-маркетингу. Тут поєднані **повідомлення від бренду та живий інтерактив із цільовою аудиторією, що має на меті конкретний результат**. Це максимально креативна і надзвичайно відповідальна грань маркетингу.

**Подія є мережею точок контакту аудиторії з брендом**, і тут необхідно свідомо уникати дисонансу із загальним уявленням про компанію. Оскільки осердя події – це досвід, то ми пильнуватимемо за тим, аби моделювати досвід в такий спосіб, щоб він був поінформованим і підкріпленим відповідним маркетинговою стратегією бренду наративом.

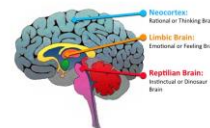


## *У межах курсу ми крокуватимемо шляхом створення ідеальної події*

---

**Крок 1. Вчимося точно уявляти собі характеристики цільових аудиторій** (досліджуємо теорію поколінь і визначаємо особливості форматів подій, які допоможуть нам бути успішними в кожному окремому випадку)

**Крок 2: Опануємо ази соціальної психології та фізіології пізнання і взаємодії**



**Крок 3. Вивчаємо способи налагодження контакту з аудиторіями**

(зв'язки емоційні, освітні, крізь сюрпризи і незвичайні активності, із залученням лідерів думки...)



**Крок 4. Визначаємо наскільки структурованим буде досвід відвідувачів**

**Крок 5. Досліджуємо і створюємо навколоподієвий контент** (від коротесеньких «вірусних» відео до постів у найрізноманітніших соціальних мережах, фахових блогах, глянцевиx журналах)

**Крок 6. Самі пишемо тексти і доповнюємо їх відповідними візуальними матеріалами** (опануємо поняття storytelling, tone-of-voice, call-to-action + міркуємо над тим, які чинники визначають сприйняття поширюваної інформації як автентичної)

*А також...*

---

**Крок 7. Аналізуємо різноманітні типи «подієвих вигід»** (пережитий і поширений позитивний брендований досвід, збір інформації про представників і представниць цільової аудиторії та ін.)

**Крок 8: Визначаємось із потрібними видами конверсії** (ми прагнемо перетворити учасників і відвідувачів на покупців?...чи може промоутерів або послідовників компанії?...а може на вмотивованих співробітників?...лояльних клієнтів?)

**Крок 9: Досліджуємо ринок праці і основні обов'язки івент-маркетологів**

**Крок 10. Працюємо як з глобальними, так і вітчизняними кейсами**

<https://www.oculus.com/blog/>

[https://www.smartmeetings.com/magazine\\_article/team-building-for-success](https://www.smartmeetings.com/magazine_article/team-building-for-success)

<https://thepineappleagency.com/why-lgs-ncaa-final-four-fan-fest-experience-worked/>

<https://rightmindedteamwork.com/10-horrifying-team-building-exercises/>

[https://www.usopen.org/en\\_US/about/sponsors.html](https://www.usopen.org/en_US/about/sponsors.html)

<https://bukovel.com/events>

<https://www.instagram.com/kurazh.kyiv/>

