

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ

Татьяна Леонидовна Сысоева
(Решетило)

Доцент кафедры Маркетинга и
международного менеджмента, к.э.н.

t.l.reshetilo@mail.ru

Актуальные вопросы рекламной индустрии

- ▶ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТРАДИЦИОННЫХ МЕДИА НОСИТЕЛЕЙ
- ▶ МЕДИАБУМ
- ▶ УКРОЧЕННЫЙ ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА
- ▶ ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ТОРГОВЛИ
- ▶ ВЗЫСКАТЕЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
- ▶ ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ



ВЗГЛЯД НА РЕКЛАМУ КАК НА СТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ

- ▶ Реклама способствует потребительскому выбору, развивает потребителя
- ▶ Реклама содействует в установлении долгосрочных взаимовыгодных отношений с потребителями
- ▶ Реклама (ATL) предлагает/демонстрирует мотив для покупки, **мероприятия по стимулированию сбыта (BTL) создают условия (намерения) для покупки**

Цели рекламной коммуникации:

А) Добиться определенной реакции от целевой аудитории:

- узнавание названия, торговой марки
- предоставить значимую информацию
- изменить восприятие или отношение к продукту/марке
- напомнить о себе

Б) Получить обратную связь

Зависимость рекламных коммуникаций

- ▶ Каждый сотрудник оказывает влияние на развитие бренда компании
- ▶ Работа с поставщиками и подрядчиками направлена на формирование ценности партнерства
- ▶ Фокус на долгосрочные ценности потребителя

Тенденции РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ

- ▶ ОБРАЩЕНИЕ К ЭМОЦИЯМ ПОТРЕБИТЕЛЯ
(СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ)
- ▶ НЕСТАНДАРТНЫЕ КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ В СТИМУЛИРОВАНИИ СБЫТА
- ▶ ИНТЕРАКТИВНЫЕ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ (TOUCH-SCREEN ДИСПЛЕИ)
- ▶ СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА
- ▶ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

• Что задействует эмоции?

• Событийный маркетинг



• Промо-акции

• Партизанский маркетинг

*Каждый 5-ый метод
стимулирования сбыта –
это использование
событийного маркетинга*

КОМПАНИИ – ПИОНЕРЫ В ОБЛАСТИ БЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА



HARLEY DAVIDSON 100 ANNIVERSARY



**RELIVE THE
HIGHLIGHTS**

HUNDREDS OF PHOTOS CAPTURE THE EVENT ▶



RECAP THE RIDE HOME TO THE 105TH ▶

ТИПЫ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА

- СПОРТ
- МУЗЫКА
- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ ФЕСТИВАЛИ
- ИСКУССТВО
- ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПРАЗДНИКИ
- МУЗЕИ КОМПАНИИ
- STREET ACTIVITIES



ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА

Событийный маркетинг - комплексный
инструмент коммуникационной политики
фирмы **по управлению эмоциональным
восприятием бренда** потенциальной целевой
аудиторией посредством проведения
тематических презентаций бренда и
обеспечения непосредственного
взаимодействия потребителей с продуктом

Событийный маркетинг

- самый яркий инструмент в коммуникации бренда
- вовлекает потребителя в процесс познания бренда
- развлекает его, учит новому
- создает эмоции, яркие переживания
- имеет ненавязчивый характер
- имеет практическую (функциональную) и эмоциональную пользу для потребителя
- помогает бренду закрепиться в сознании потребителя
- формирует благоприятное отношение к бренду (продукту)

ЦЕЛИ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА

- ▶ Привлечение новых потребительских аудиторий
- ▶ Укрепление лояльности существующих клиентов
- ▶ Увеличение сбыта
- ▶ Привлечение внимание аудитории других брендов




ЛОЯЛЬНОСТЬ

КЛЮЧЕВАНИЯ ИДЕЯ СОБЫТИЙНОГО
МАРКЕТИНГА

Создание, поддержание, усиление
лояльности к бренду со стороны
аудиторий



Место событийного маркетинга

Односторонняя коммуникация	интерес		доверие	Двусторонняя коммуникация
Прямая реклама	PR	Стимулирование сбыта	Прямой маркетинг	Событийный маркетинг
ТВ Радио Газеты Журналы Наружная реклама Интернет Кинотеатры Мобильная реклама	Пресс-туры Пресс-конференции Пресс-клубы	На потребителя: промоакции POSM лояльность На продавца «тайный покупатель» конкурсы конференции	Direct mail Телемаркетинг Мобильный маркетинг	Дни открытых дверей Презентации Социальные проекты Выставки Ярмарки Road-show Дни рождения Праздники Фестивали

факторы успеха:

1. ПРИВЯЗКА К ЦЕННОСТЯМ БРЕНДА
2. СООТВЕТСТВИЕ ИНТЕРЕСАМ АУДИТОРИИ
3. СОЗДАНИЕ ДОВЕРИЯ



Организация событийного маркетинга



ФОРМУЛА УСПЕХА СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА

Развлечение

Новые знания

Собственный опыт

МЕТОДОЛОГИЯ

Выбор

цели

Определен

ие типа

Разработка

идеи,

программы

Тестирова

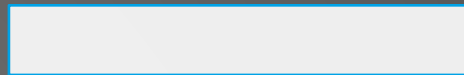
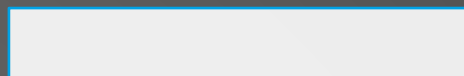
ние

Внедрение

и контроль
Оценка

результато

в



ОСНОВНЫЕ ТИПЫ СОБЫТИЙ

- ▶ Запуск нового продукта/услуги
- ▶ Ярмарка, выставка
- ▶ Конференция
- ▶ Пресс-ланч, пресс-ужин
- ▶ Дни открытых дверей
- ▶ Праздник, фестиваль (тематический)
- ▶ Юбилей, день рождения
- ▶ Социальные, культурные мероприятия






ПРИМЕРЫ СОБЫТИЙ



FORD FIESTA – ЗАПУСК В КАТЕРИНБУРГЕ

**Снова отчет вместо обеда?
FordFiesta. Садись и уезжай.**



www.ford.ru
www.ford.ru

Цена от **511 490**
Кредитная программа – **4,9%**

АВТОЛЕНД
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР
Блюхера, 50 ☎ 37-27-000
www.autoland.ru

АВТОЛЕНД СЕВЕР
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР
Космонавтов, 6 ☎ 37-00-133
www.autoland.ru

Яркие цвета. Эффектный дизайн. Новые технологии. FordFiesta




Он не заметил твое новое платье?



www.ford.ru

FordFiesta
Садись и уезжай



АВТОЛЕНД
Блюхера 50
АВТОЛЕНД СЕВЕР
Космонавтов 6
www.autoland.ru

10x1,35

Снова отчет вместо обеда?



www.ford.ru


FordFiesta
Садись и уезжай



АВТОЛЕНД
Блюхера 50
АВТОЛЕНД СЕВЕР
Космонавтов 6
www.autoland.ru


10x1,35

Плохой гороскоп на неделю?



www.ford.ru

FordFiesta
Садись и уезжай

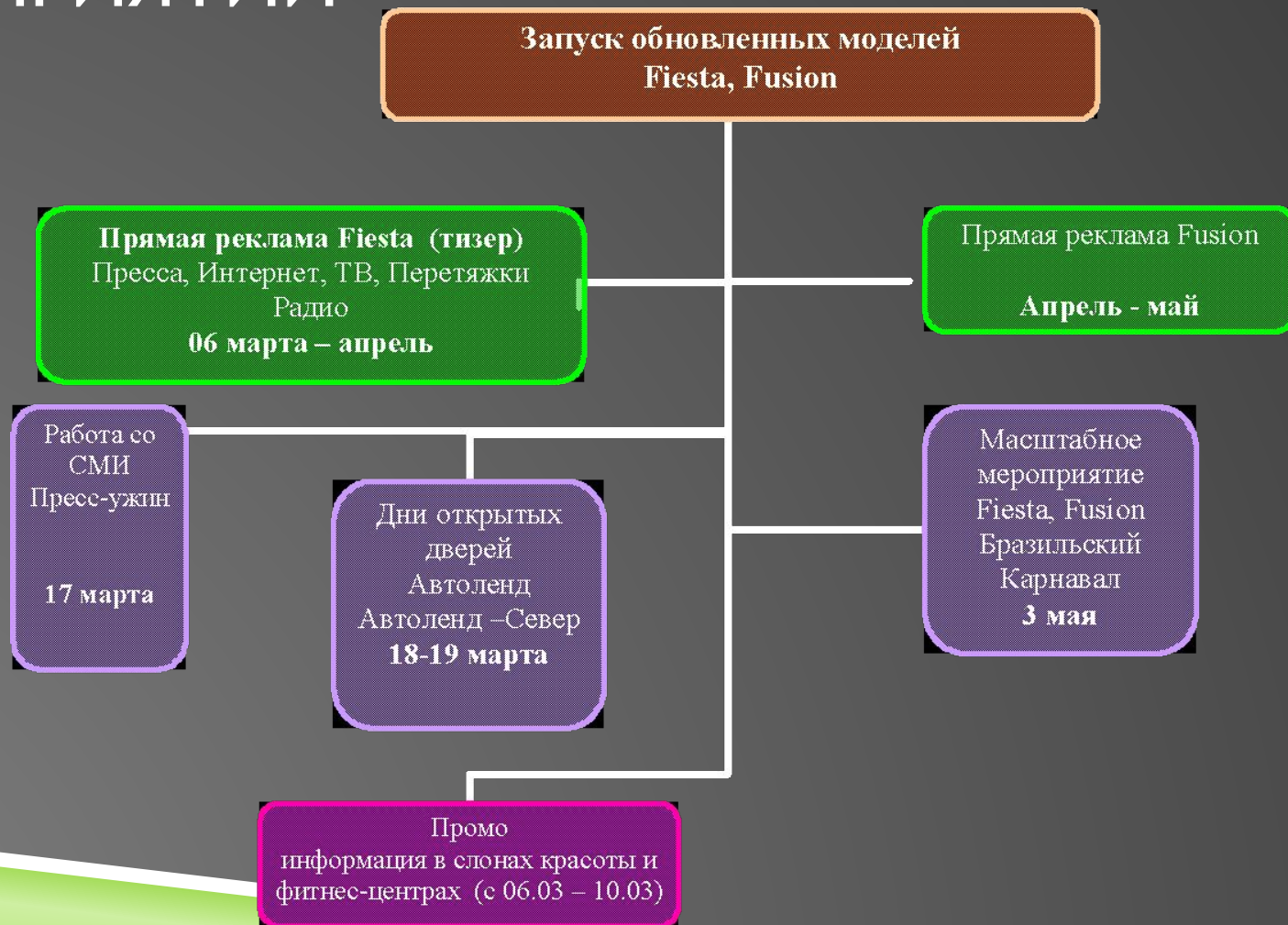


АВТОЛЕНД
Блюхера 50
АВТОЛЕНД СЕВЕР
Космонавтов 6
www.autoland.ru

Организация комплекса мероприятий

- ▶ Пресс-ужин
- ▶ Дни открытых дверей
- ▶ Бразильский карнавал

ПЛАН-СХЕМА КОМПЛЕКСА МЕРОПРИЯТИЙ



БЕСС-УЖИН

АВГУСТА 2006

Цели:

- ▶ информировать СМИ о новинках в модельном ряду Ford;
- ▶ укрепить лояльность компании среди СМИ.

Средства:

- ▶ ужин в стильной кофейне
- ▶ неформально общение
- ▶ привлечение известного модного дизайнера - Наталии Соломеиной



ЛОГИ ПРЕСС-УЖИНА

Аккредитовано было – 25
СМИ, в т.ч.

4 – ТВ программы, 16 –
печатные издания, 5 -
интернет-портала;

Публикации, ТВ сюжеты – 35,
в т.ч. 5 ТВ сюжетов



МЯ В САЛОНАХ КРАСОТЫ – ФОТОТЧЕТ

СТЕРЫ (ЮНОШИ) ВРУЧАЛИ ПОСЕТИТЕЛЬНИЦАМ ЦВЕТЫ И ПРИГЛАШЕНИЯ НА ТЕСТ-



И ОТКРЫТЫХ ДВЕРЕЙ

МАРТА 2006

Наполнение мероприятия:

1. Презентация автомобиля
2. Тест-драйв
3. Дегустация сладостей
4. Дегустация экзотических сортов чая
5. Индивидуальные консультации астролога
6. Детский уголок
7. Мужской зал (DVD и плазменная панель - домашний кинотеатр и попкорн)
8. Работа художников (техника вырезания профиля из бумаги)

КУПОН ПРИГЛАШЕНИЯ НА ДОД



18-19 марта

День открытых дверей

в салонах Автоленд и Автоленд-Север!

тест-драйв самого милого автомобиля на свете FordFiesta
подарки для всех представительниц прекрасной половины
человечества, сюрпризы для их спутников!

АВТОЛЕНД
официальный дилер
Блювера, 90 ☎ 37-27-000

АВТОЛЕНД СЕВЕР
официальный дилер
Космонавтов, 6 ☎ 37-06-133

www.autoland.ru



10 причин, по которым женщины гораздо лучшие водители, чем мужчины!

1. Женщины умны! В их авто никогда не звучит радио «Шансон».
2. Женщины аккуратны. Они не допустят, чтобы в любимой машинке валялись мерзкие тряпки, запачканные тосолом.
3. Женщины интеллигентны. Поэтому в стрессовых ситуациях они не тратят попусту время, пытаясь придумать очередной синоним к словосочетанию «нехороший человек».
4. Женщины вежливы. Даже если им, вопреку судеб, пришлось сесть за руль «девятки», они не будут «подрезать», «летать» и совершать прочие «крутые» с точки зрения мужчин поступки.
5. Женщины внимательны. А увидев другую женщину за рулем, они становятся предельно внимательными!
6. Женщины изысканны. Ни одна женщина не обладает столь дурным вкусом, чтобы прилепить на заднее стекло «присос» с наклейкой «не прижимайся».
7. Женщины предусмотрительны. Если в дороге полетит колесо, у них всегда найдется мини-юбка, чтобы поймать того, кто это колесо поменяет.
8. Женщины милы. Нет такой женщины, которая смогла бы достойно пройти тест на противность, чтобы поступить на работу в ГАИ.
9. Женщины лучше. Сухие факты: по мировой статистике ДТП с участием женщин-водителей составляет менее 35 %.
10. Да и вообще, женщины за рулем смотрятся гораздо приятнее, чем мужчины!

18-19 марта

День открытых дверей в салонах Автоленд и Автоленд-Север!

В программе - тест-драйв самого милого автомобиля на свете FordFiesta, подарки для всех представительниц прекрасной половины человечества, сюрпризы для их спутников!

Приходите!

Мы ждем именно вас!

АВТОЛЕНД
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР
Блюхера, 90 ☎ 37-27-030

АВТОЛЕНД СЕВЕР
ОФИЦИАЛЬНЫЙ ДИЛЕР
Космонавтов, 6 ☎ 37-09-133

www.autoland.ru









УДНОСТИ В ПРОВЕДЕНИИ ПРОПРИЯТИЯ

- ▶ Отсутствие тестового авто
- ▶ Только один демо автомобиль на 2 ДЦ в первый день проекта
- ▶ Аудитория
- ▶ 2 мероприятия в это же время у конкурентов (Дни открытых дверей у дилера Toyota, тест-драйв на горнолыжном комплекте у дилера ММС и Hyundai)

LVO CARS

Основные сложности при выходе на российский рынок:

- ▶ Стереотип дорогой машины
- ▶ Устаревший дизайн
- ▶ Специфика 90-х годов в современной России

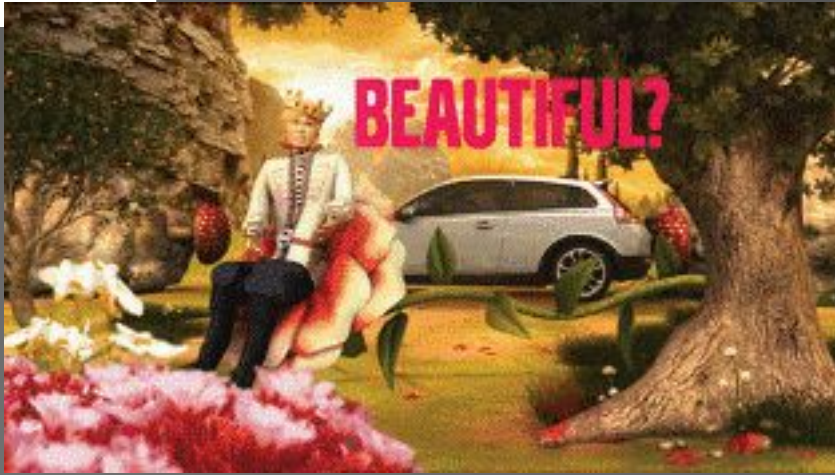


СВОЙСТВ БРЕНДА

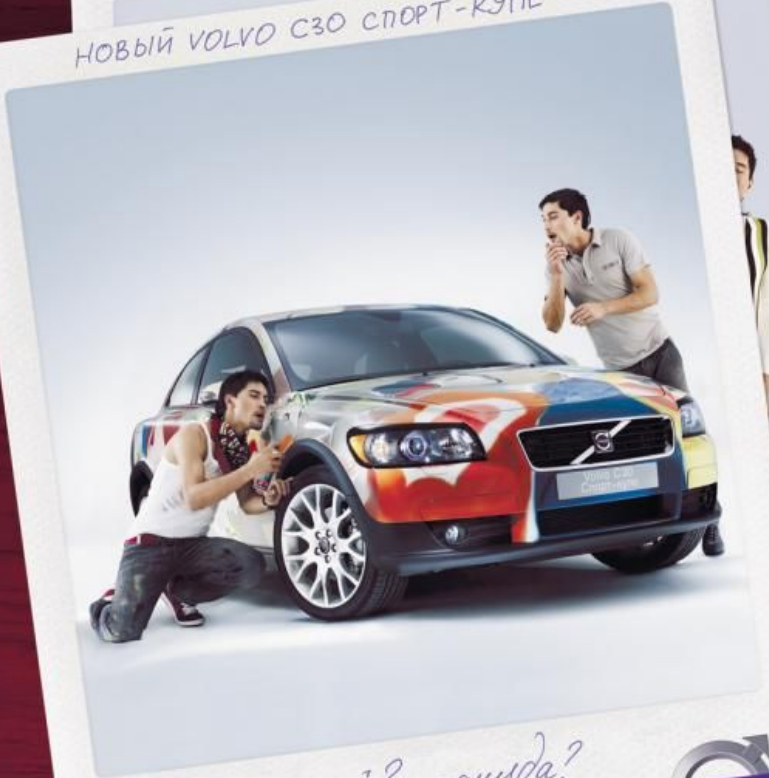
- ▶ Безопасность /The safety
- ▶ Качество /The quality
- ▶ Забота об окружающей среде/The environment
- ▶ Стиль жизни /The life style
- ▶ Само развитие /The self development



LYO C30 LAUNCH



НОВЫЙ VOLVO С30 СПОРТ-КУПЕ



Креативный? Зануда?



Volvo. for life

WWW.VOLVOCARS.RU
ЛИНИИ VOLVO: (495) 745 97 97, (812) 360 6 390



E ON BOARD



REAL PEOPLE. REAL STORIES.

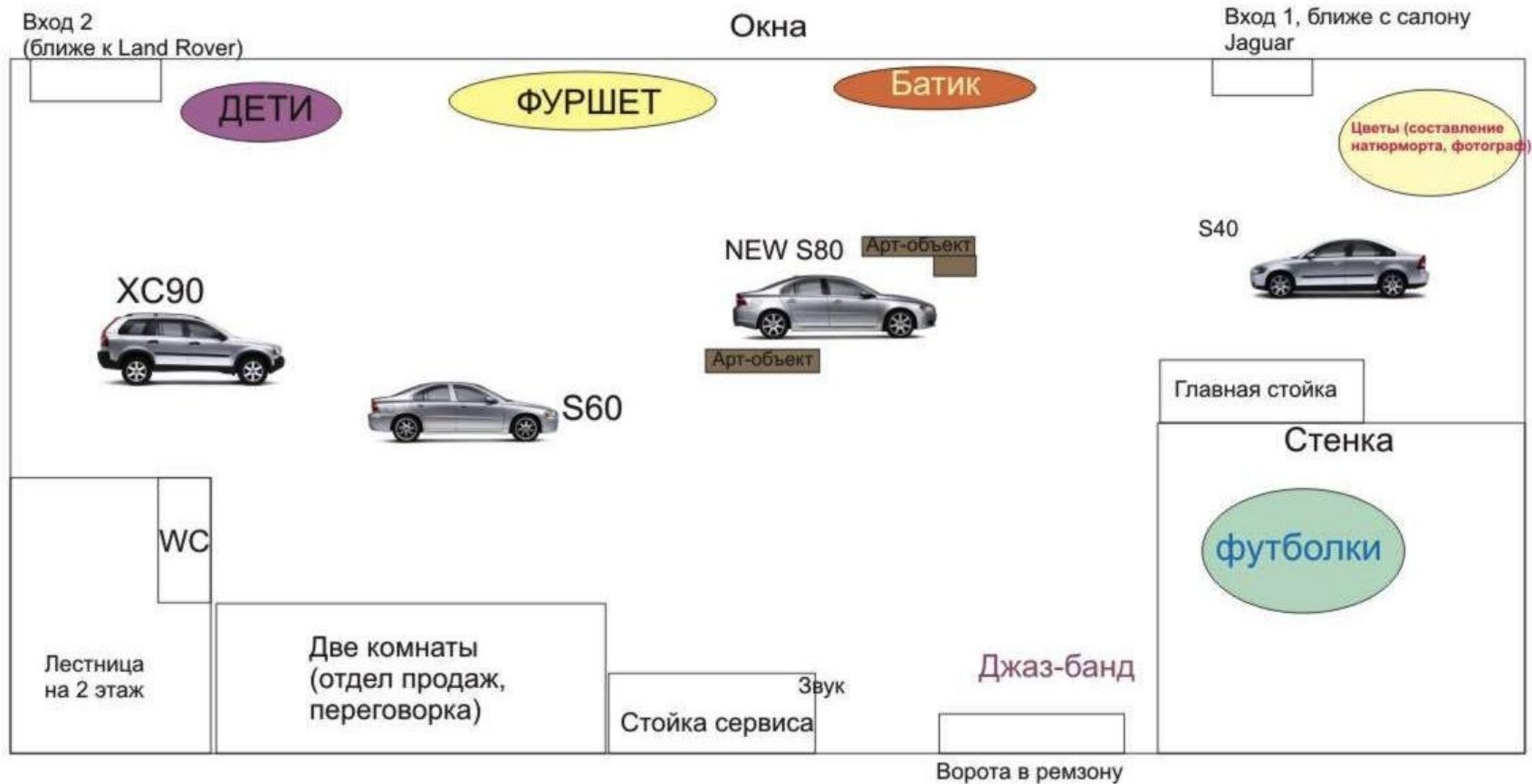
КУЩИЕ ПРОЕКТЫ

- ▶ The Volvo Fashion Week in Moscow
- ▶ The Ocean Race
- ▶ The Volvo Privilege Club
- ▶ The Disney partnership
- ▶ Arkadii Novikov project
- ▶ Alena Ahmadulina project
- ▶ The LIVE magazine
- ▶ The Luxury wedding & gift fair 2011
- ▶ The mid-summer day
- ▶ The old-timer show
- ▶ The car painting show
- ▶ The millionaire fair

LVO ART WEEKEND



ОГРАММА МЕРОПРИЯТИЯ



ПРИГЛАШЕНИЕ

NEW VOLVO S80 ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ РОСКОШЬ



Оборотная

КОМПАНИЯ АВТОЛЕНД ПРИГЛАШАЕТ ВАС НА VOLVO ART WEEKEND

23 и 24 сентября компания Автоленд приглашает Вас провести время и удивиться интеллектуальной роскоши и стилю. В этот weekend Автоленд Volvo предложит Вам наслаждаться истинным удовольствием искусства - вместе Volvo S80. Этот автомобиль идеально подойдет для работы и отдыха, чтобы пережить лучшие моменты.

23 и 24 сентября Автоленд приглашает Вас провести время и удивиться интеллектуальной роскоши и стилю. В этот weekend Автоленд Volvo предложит Вам наслаждаться истинным удовольствием искусства - вместе Volvo S80. Этот автомобиль идеально подойдет для работы и отдыха, чтобы пережить лучшие моменты.

Формат шоу: Выставка, Выступление и другие мероприятия. Приглашаем студентов творческих вузов и школьников.

- катать на коньках на льду
- развлекать футболку и майку со своей командой
- сделать и закончить "нарядный" костюм
- сделать класс "Модельер" с Бюкини, дизайном

Все вопросы задавайте арт-директору Volvo - радует гостей глянцевыми улыбками и живой душой. Мы ждем Вас 23 и 24 сентября с 11:00 до 18:00 по адресу:

АВТОЛЕНД
официальный дилер

Компания Автоленд
Екатеринбург, Блюхера, 50
37-27-000 | www.autolend.ru



Главной темой мероприятия стала тема искусства, тема творчества, которая была представлена в тематических мастер-классах для гостей!

КЕТ ПОДАРКА - PUZZLE

натяжка фона для паззла (210*285)

паззл (200*275)



АВТОЛЕНД
СЕРВИСАЛЬСКОЕ АГЕНТСТВО

Блюхера, 50
☎ 37-27-000
www.autoland.ru

ШОКОЛАДНЫЕ КОНФЕТЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ



Названия конфет

1. Осень в Стокгольме
2. Пряная вишня и шведский закат
3. Белоснежные скандинавские просторы
4. Звездная ночь в Гетеборге

...бое место в салоне занимал
...ециально созданный арт-объект
...n Mark», выполненный известным
...хитектором города Эдуардом
Кубенским.

Очевидное – вот, оно лежит на поверхности и подкупает своей искренностью и романтикой. Инсталляция архитектора Эдуарда Кубенского – это творческий эксперимент с плоскостью в поиске ассоциаций с движением и совершенной простотой. Словно в детстве, играя с листом бумаги, сгибая его, образуя формы и находя ассоциации, автор зацепился за органичность неожиданно получившихся фигур. Ограниченные образы, так напоминающие летящую фигуру, оказались стремительными и динамичными, эффектно раскрывая задумку, и создавая вокруг себя ореол загадочности. Философия Volvo выражена в ее главных ценностях – безопасность, мощь, комфорт и философия искусства, выраженная в форме, дополнили друг друга и создали миф, миф о всемогуществе металла и его определяющей роли в истории и философии компании Volvo.

ON MARK СКУЛЬПТУРА





- ▶ Все пришедшие на Дни открытых Дверей Volvo смогли стать причастными к созданию художественных шедевров.
 - гости писали картины на холсте
 - по специальной технологии украшали красками футболки и брали их с собой на память
 - создавали "железный" натюрморт и фотографировались на его фоне
 - маленькие гости собирали пазлы Volvo
- ▶ Все выходные арт-галерея автосалона Volvo радовала гостей изысканными угощениями и живой музыкой.











▶ Кто посетил салон – 115 гостей:

23 сентября – суббота – 65 человек

24 сентября – воскресенье – 50 человек

▶ Количество тест-драйвов: 25, особый интерес к new S80 – 11!

▶ Количество сделок на мероприятии – 2

▶ Количество сделок после мероприятия (на 20.09.06) – 10, в том числе: S80 – 1, S40 – 3, S60 – 3, XC70 – 1, XC90 – 2

▶ СМИ: 2 ТВ передачи «Автобан», «Колеса»; печатные СМИ: Коммерсант, журнал Сомелье, За рулем, Бизнес-журнал, интернет-портал Автодилер

Отзывы по мероприятию:

- ▶ Для тех, кто возвращался во второй день, тем «творчества» была очень популярна. Сделать что-то своими руками оказалось очень интересным для нашей аудитории;
- ▶ Очень позитивно были восприняты подарки: паззлы и конфеты.



Выводы по проекту

- Игровая форма позволит взрослой аудитории демонстрировать преимущества бренда и создавать положительные эмоции
- Важно учитывать обратную связь (анкеты)
- Вовлечение в совместную, творческую деятельность позитивно.



ВАШИ ВОПРОСЫ?





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

