

МИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«Московский государственный университет технологий и управления  
имени К.Г. Разумовского (ПКУ)»

Институт социально-гуманитарных технологий  
Кафедра «Связи с общественностью и рекламные технологии»

**«Разработка эффективного ивент-мероприятия на  
примере компании «Гарнье»»**

Подготовила: Дьяченко Елена Юрьевна

Руководитель: Моисеева Ольга  
Александровна

# Актуальность

**Актуальность** данной темы обусловлена тем, что современный потребитель выработал защитную реакцию к стандартным средствам рекламы. В настоящее время успех компании не возможен без проведения специальных мероприятий. Вследствие чего важная роль отводится именно грамотной разработке и организации ивент-мероприятий.



# Описание компании «Гарнье»



Гарнье (Garnier) – компания, выпускающая широкий ассортимент косметических изделий по уходу за собой. На сегодняшний день фирма занимает одно из лидирующих позиций по производству косметических средств по уходу за волосами, кожей лица и тела в России.

Garnier принадлежит к категории масс-маркет . Продукция качественная и доступная по цене. Позиционирование компании заключается в том, что она использует натуральные природные ингредиенты.

# Swot-анализ компании «Гарнье»

## Сильные стороны :

- \* Имидж, репутация компании, бренд;
- \* Новейшее оборудование;
- \* Использование новых технологий;
- \* Использование натуральных ингредиентов в продукции

## Слабые стороны:

- \* Экологические проблемы;
- \* Т...

## Возможности:

- \* Демографический взрыв;
- \* Мода и образцы для подражания;
- \* Платежеспособный спрос населения;
- \* Торговая политика;
- \* Финансирование, гранты и инициативы;

## К угрозам можно отнести:

- \* Развитие конкурентов;
- \* Высокий уровень инфляции, обесценивание денег;
- \* Общие проблемы налогообложения;

# Схема разработки мероприятия

Модель создания и реализации ивент-

М

определение ЦА

выбор типа особого мероприятия, постановка целей, задач и определение желаемых результатов

разработка брифа (или технического задания) события

привлечение подрядчиков

проведение мероприятия

анализ эффективности

# Разработанные концепции

## Концепции:

**1. Времена года.** Все мы, так или иначе, осознаем уникальность каждого времени года, замечаем тонкие оттенки, которые соответствуют им. Находя в каждом времени свои естественные краски, Гарнье дарит натуральную красоту в любое время года.

**2. Жизнь в розовом свете.** Розовый – цвет, который дает клюква, входящая в состав новой краски для волос Гарнье. Жизнь в розовом цвете возможна сегодня благодаря Гарнье.

**3. Цвет&Цветы.** Цветы, подобно натуральным цветам красок Гарнье, вносят естественность и красоту в нашу жизнь.

**4. Натуральные истории Гарнье.** Эффективность продуктов Гарнье обеспечивается использованием натуральных природных компонентов. Природа дает нам натуральные ингредиенты, дарит естественность и красоту, заряжает энергией и позитивом.

Гарнье рассказывает свои истории красоты...

# Анализ эффективности проведенного мероприятия

аспект	отлично	хорошо	средне	плохо
Расположение и место	85%	13%	2%	-
Пригласительные и список гостей	90%	10%		-
Оборудование	75%	22%	3%	-
Планирование и время	80%	18%	2%	-
Развлечения	97%	3%	-	-
Еда и напитки	90%	10%	-	-

Анализ эффективности проводился с помощью опроса, который проходил в два этапа: сразу после мероприятия; и через две недели после него. Были опрошены все посетители мероприятия (50 чел).

\* Результаты опроса сразу после мероприятия

# Анализ эффективности проведенного мероприятия

аспект	отлично	хорошо	средне	плохо
Расположение и место	80%	15%	5%	-
Пригласительные и список гостей	90%	9%	1%	-
Оборудование	70%	25%	5%	-
Планирование и время	80%	19%	1%	-
Развлечения	98%	2%	-	-
Еда и напитки	90%	10%	-	-

\* Результаты опроса через две недели после мероприятия



# Вывод

В данной работе были решены все поставленные цели и задачи, вследствие чего было выявлено, что взаимодействие с помощью ивент-маркетинга позволяет выстроить прочную связь между компанией и потребителем, а так же поднять интерес к ней и ее определенному товару. Таким образом, использование ивент-маркетинга является необходимым условием для любой компании в наше время. Ведь ивент — это дополнительный и уникальный инструмент реализации рекламной стратегии.

**Спасибо за внимание!**