

Леонтьева Светлана Геннадьевна

студентка

Верялова Диана Владимировна

старший преподаватель

БОУ ВО «Чувашский государственный институт культуры и искусств»

Министерства культуры, по делам национальностей

и архивного дела Чувашской Республики

г. Чебоксары, Чувашская Республика

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ В ОРГАНИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ООО «АГЕНТСТВО АРТ ПРЕМИУМ ИВЕНТ ГРУПП»

Аннотация: статья посвящена теме событийного маркетинга в организации деятельности event-агентств. Базой исследования явилось ООО «Агентство Арт Премиум Ивент Групп», расположенное в г. Нижний Новгород. Авторами статьи был проведен небольшой опрос среди клиентов агентства в телеграм-канале, с целью оценки качества и стоимости услуг агентства. Согласно проведенному опросу среди клиентов агентства, наиболее предпочтительными требованиями являются качество услуг, сроки исполнения и профессионализм сотрудников. Авторы статьи убеждены в том, что грамотная и тщательно спланированная организация событийного маркетинга в деятельности event-агентств призвана обеспечивать эффективное взаимодействие между event-агентством и его клиентами.

Ключевые слова: маркетинг, событийный маркетинг, event-маркетинг, событийный менеджмент, специальное мероприятие.

В настоящее время событийный маркетинг формирует и укрепляет имидж event-агентства, тем самым делает агентство отличительным от других компаний, донося до своей аудитории ценности компании и переходя с клиентом на новую ступень коммуникации.

Событийный маркетинг в настоящее время является универсальным инструментом продвижения, способным преодолеть информационный «шум» и завладеть вниманием нужной бренду аудитории. Event-маркетинг представляет собой мощный инструмент для установления контакта с аудиторией и формирования эмоциональной привязанности как к самому событию, так и к бренду или продукту компании.

Важно учитывать не только внешнюю аудиторию, но и внутренние ресурсы и потребности компании при планировании событийного маркетинга. Подробное планирование и внимание к мелочам играют ключевую роль, поскольку каждая деталь влияет на общее восприятие события и может повлиять на впечатление участников или гостей. Эффективное проведение событийного маркетинга может повлиять на узнаваемость компании и лояльность клиентов, так как это позволяет установить контакт с целевой аудиторией и создать положительные связи. Важно помнить, что успешные мероприятия требуют не только креативности, но и стратегического подхода и тщательного планирования.

Новые пути продвижения услуг должны создать у заказчика ощущение свободы в своем выборе и освободить их от влияния навязчивой рекламы.

Событийный маркетинг в деятельности event-агентств раскрываются в исследованиях: А.А. Манихина, А.Е. Назимко, Г.С. Афанасьева, Джо Голдблатта, И.В. Алешина, Е.А. Каверина, А. Векслера.

В процессе исследования были использованы следующие методы: методы наблюдения, метод опроса.

Признанный специалист в области организаций мероприятий, автор нескольких книг по теории и созданию событий, Джо Голдблатт, во многом сформировавший основы теоретической и практической базы событийного менеджмента и маркетинга, определил мероприятие как «уникальный отрезок времени, проводимый с использованием ритуалов и церемоний для удовлетворения особых потребностей» [4, с. 3].

Специальное событие событийного менеджмента, имеет ряд особенностей: событие всегда является заранее согласованным и спланированным, а также каждое событие всегда уникально и выходит за рамки обыденности. Именно взаимозависимость с маркетинговыми задачами event-агентства и соотношение с предпочтениями заказчиков мероприятия, способны сделать стандартное событие уникальным.

В то же время И.В. Алёшина в своей книге «Паблик рилейшинз для менеджеров и маркетологов» определила специальные события в теории и практике PR как «мероприятия, проводимые event-агентством в целях привлечения внимания общественности к самому агентству, его деятельности и продуктам» [2, с. 8].

С точки зрения событийного маркетинга значимым становится именно рекламно-информационная поддержка события, сопровождающая его. События формируются исходя из условий дальнейшего информационного охвата целевой аудитории, при этом роль управления организации мероприятий делегируется. В событийном маркетинге пользуются принципами событийного менеджмента для организации мероприятий.

Событийный маркетинг опирается на формирование мероприятий в маркетинговых целях агентства, в которые входят еще и закрытые мероприятия.

Близкая связь event-агентства с потребностями своей целевой аудитории свидетельствует о глубоком вовлечении ее участников в реализацию самого события. Ключом к успешному проведению любого мероприятия является эффективное взаимодействие между event-агентством и его клиентами.

По данным исследования Российской Ассоциации Маркетинговых услуг, популярность событийного маркетинга как инструмента продвижения за последние 20 лет повышается: в 2011 году 33% рекламодателей ответили, что использовали в своём продвижении событийный маркетинг часто, в 2013 году – 44%, в 2016 году – 53,9% [3, с. 5].

После кризисных 2020–2022 гг., связанных с пандемией и запретом офлайн мероприятий, новые реалии делают событийный маркетинг снова востребован-

ным коммуникационным каналом. Событийный маркетинг имеет ярко выраженную творческую составляющую, способную привести к реализации проектов различного уровня и масштаба.

Базой исследования в рамках рассматриваемой нами проблематики является ООО «Агентство Арт Премиум Ивент Групп», расположенное в г. Нижний Новгород.

Цель данного агентства – оказание профессиональных услуг в сфере организации и проведения различных деловых и праздничных мероприятий высокого уровня для корпоративных и частных клиентов. Разработка креативных индивидуальных сценариев с учетом целей и задач клиентов дает возможность создавать уникальные и запоминающиеся события [1].

Основной задачей организации является укрепление своего лидерства в сфере услуг организации мероприятий в Нижнем Новгороде и Нижегородской области. Предлагая клиентам яркие и веселые праздники по разумным ценам, агентство стремится не только привлечь новых заказчиков, но и удержать существующую клиентскую базу.

Уникальность агентства заключается в том, чтобы предоставить клиентам гибкий выбор: возможность воспользоваться отдельно определенными услугами или же доверить полную организацию мероприятия агентству, что позволяет клиентам насладиться готовым праздником без лишних усилий со своей стороны.

Такой индивидуальный и комплексный подход к каждому клиенту, а также умение создавать уникальные события помогут агентству достичь успеха и заслужить доверие как корпоративных, так и частных заказчиков.

Цены на все виды услуг подобраны таким образом, чтобы они были не выше, чем у конкурентов и обеспечивали получение прибыли.

Спектр предлагаемых агентством услуг достаточно широк: от проведения детского дня рождения с программой для детей с различными сказочными героями до проведения, презентации, корпоратива и других праздников. Объем

услуг постепенно расширяется, расширяя сферы деятельности до организации торжества «под ключ».

Разнообразие сотрудников агентства, включая генерального директора, генерального продюсера, руководителя проектов и офис-менеджера, позволяет эффективно управлять и проводить мероприятия на высоком уровне. Индивидуальный подход к каждому клиенту и мероприятию – это огромное преимущество, так как позволяет создавать уникальные и персонализированные сценарии, отвечающие потребностям и пожеланиям заказчиков. Способность агентства вносить коррективы и адаптироваться к идеям клиентов является ключом к успешному сотрудничеству и созданию событий, которые будут радовать и запоминаться каждому участнику. Такой гибкий подход к организации мероприятий позволяет каждому клиенту почувствовать себя особенным и получить именно то, что он ожидает. Наличие квалифицированных специалистов в штате обеспечивает профессиональное выполнение всех задач, гарантирует и успешное проведение мероприятий. Благодаря слаженной работе команды, агентство способно реализовывать самые амбициозные идеи клиентов, создавая атмосферу радости, веселья и незабываемых впечатлений на каждом мероприятии.

Все сотрудники агентства имеют профильное высшее образование и большой опыт в организации мероприятий. У каждого сотрудника в агентстве есть своя определенная задача. Например, Генеральный директор подписывает все важные закрывающие документы с заказчиком после проведения мероприятия. Генеральный продюсер и руководитель проектов проводят переговоры с заказчиком, разрабатывают сценарии и сценарные планы, занимаются поиском площадки под мероприятие и работают с подрядчиками. Задача офис-менеджера агентства обмениваться документами после мероприятия с заказчиком и с подрядчиками, которые были задействованы в мероприятии, такие как ведущие, артисты, подрядчики по звуковому и световому оборудованию. У Агентства Арт Премиум Ивент Групп в среднем за год 12 мероприятий, от простых до масштабных. Самое значимое мероприятие агентства – это торжественный за-

пуск производства «ГАЗон NEXT» при участии Президента РФ Владимира Владимировича.

Помимо поступаемых заявок на проведение мероприятий от клиентов, у агентства есть свои собственные авторские мероприятия. Например, музыкальный конкурс-фестиваль «Art Music ПАРК». Данный фестиваль дает шанс для талантливых, но неизвестных широкой публике живых коллективов выйти на профессиональную сцену и поделиться своим творчеством с жителями и гостями города. «Art Music ПАРК» – это новое арт-пространство, которое уже стало украшением города Нижнего Новгорода. В период пандемии фестиваль два раза проводился в онлайн формате. Агентство каждый год организует мероприятие для ведущих под названием «Ты ведешь!». Девиз данного конкурса звучит как: «ART PREMIUM GROUP за развитие, движение и рост! Мы всегда в поиске новых профессионалов». По условиям конкурса участникам предлагается записать видео о себе продолжительностью не более одной минуты и прислать на электронную почту агентства. Конкурсант, успешно прошедший кастинг мог найти себя в шот-листе. Далее в назначенный день финала конкурса жюри выбирали победителя. Победитель получал приз на ведение трех мероприятий в агентстве.

Для заказчиков у агентства есть специальные клиентские мероприятия с приглашенными Московскими спикерами. В летнее время мероприятия, как правило, проходят под открытым небом, в холодное время – года на закрытой площадке. Совмещая бизнес – часть программы днем и развлекательную программу вечером.

Ивент – агентство «Арт Премиум Ивент Групп» входит в десятку топовых ивент агентств. Так как – это сплоченная команда ярких творческих профессионалов, способных с уверенностью решать задачи любой сложности в области событийного маркетинга. Более 20 лет, находясь в непрерывном поиске свежих идей, изящных решений и новых возможностей, агентство продолжает совершенствоваться и повышать свое мастерство, экспериментируя и покоряя вер-

шины event-индустрии. Каждый год сотрудники агентства проходят курсы повышения квалификации, что благоприятным образом сказывается на работе всей команды.

Исследование маркетинговой стратегии для укрепления лидирующих позиций предприятия на рынке Event-услуг является ключевым шагом для дальнейшего развития и успешной конкуренции. Необходимо уделить внимание качеству и объективности проводимых исследований, а также использованию информации для разработки эффективных мероприятий по продвижению услуг компании.

Для определения удовлетворения клиентов был проведен опрос в Телеграмм канале, с целью оценки качества и стоимости услуг агентства. Анкета состояла из 5 вопросов.

1. Насколько Вы довольны качеством наших услуг?
2. Удовлетворены ли Ваши ожидания от мероприятия?
3. Насколько хорошо компания справилась с решением возникших проблем?
4. Довольны ли Вы профессионализмом и компетентностью нашего персонала?
5. Насколько Вы довольны сроками исполнения заявленных обязательств?

Респондентам было предложено расставить цифры от 1 до 5, где цифра 1 – очень недоволен, цифра 5 – очень доволен. Опрос прошли 12 заказчиков: ПАО «Газ», ООО «Лукойл-Нижегороднефтеоргсинтез», ООО «НФГ», АО «Атом-энергопроект», ООО «Луидор-Сервис», ООО «Л-Премиум», ООО «Sames Kremlin», ПАО «Газпром», ПАО «Ростелеком», ФГУП «Российский федеральный ядерный центр», ООО «Тоledo», ООО «DHL».

На вопрос «На сколько Вы довольны качеством наших услуг?» Компании: ПАО «ГАЗ», ООО «Лукойл-Нижегороднефтеоргсинтез», ООО «НФГ», ООО «Луидор-Сервис», ПАО «Ростелеком», поставили оценку 5 – очень доволен. На

вопрос «Удовлетворены ли Ваши ожидания от мероприятия? Компания ООО «Sames Kremlin» поставила оценку 4 – доволен.

На третий вопрос: «Насколько хорошо компания справилась с решением возникших проблем? ООО «Толедо» поставили также оценку 4 – доволен. На четвертый вопрос «Довольны ли Вы профессионализмом и компетентностью нашего персонала?» от компании «ООО «DHL» была получена оценка 3 – средне доволен. Респонденты компания АО «Атомэнергопроект» на 5 вопрос «Насколько Вы довольны сроками исполнения заявленных обязательств?» поставили оценку 4 – доволен.

Все опрошенные заказчики являются постоянными клиентами агентства. Большинство компаний респондентов ответили, что их удовлетворяет качество услуг, предлагаемых агентством. На первый вопрос из 12 компаний 5 ответило, что очень довольны качеством услуг. На второй вопрос одна компания ответила, что их ожидания удовлетворены от проведенного агентством мероприятия. На третий вопрос одна компания ответила, что сотрудники агентства быстро справились с решением возникших проблем в ходе проведения мероприятия. На четвертый вопрос одна компания дала ответ, что средне довольна профессионализмом и компетентностью персонала. И на пятый вопрос «Довольны ли сроками исполнения заявленных обязательств?» ответ был получен от одной компании.

Согласно проведенному опросу среди клиентов агентства, наиболее предпочтительными требованиями являются качество услуг, сроки исполнения и профессионализм сотрудников. Заказчики агентства, ценят высокое качество предоставляемых услуг. На второе место ставится сроки исполнения работы ивент-агентства. На третьем месте профессионализм сотрудников и их быстрое разрешение проблем в процессе проведения мероприятия. На данный момент существует порядка 20 крупных и средних event-агентств. Но при этом можно говорить о том, что практически во всех конкурсах и тендерах агентство сорев-

нуется с агентствами Студия «Сюрприз», «Идеи Ивента» и РА «Рейтинг». Таким образом, эти компании могут быть отнесены к основным конкурентам.

Таблица 1

Оценка положения агентства относительно конкурентов

Составляющая маркетингового комплекса	Оценка положения (средняя, выше среднего, ниже среднего)			
	«Агентство Арт Премиум Ивент Групп»	Студия «Сюрприз»	Идеи Ивента	Рекламное агентство «Рейтинг»
Оказываемые услуги:				
- качество;	1	1	1	-1
- разнообразие ассортимента;	1	1	1	1
- цена;	0	-1	-1	0
- опыт;	1	1	1	1
- сроки;	1	1	0	0
- уникальность	0	0	1	0
Коммуникационная политика:				
- использование разнообразных средств рекламирования;	0	0	1	0
- организация связей с общественностью;	0	1	0	0
- стимулирование сбыта;	1	0	0	0
- выставочная деятельность;	0	0	0	-1
- организация личных продаж	1	0	-1	0
Примечание – собственная разработка автора на основе данных компании				

Из вышеприведенной таблицы следует, что Агентство Арт Премиум Ивент Групп имеет не высокую ценовую политику, имеет большой опыт в проведении различных мероприятий. У компании отличная коммуникативная политика по стимулированию сбыта и организации личных продаж.

Таким образом, Агентство Арт Премиум Ивент Групп это – высокий класс организации мероприятия. События самого высокого уровня создаются качественно и на высоком уровне. Команда профессионалов агентства всегда внимательна к пожеланиям своих клиентов, учитывает их потребности и внимательна к деталям. Кроме того, грамотная и тщательно спланированная организация событийного маркетинга в деятельности Агентства Арт Премиум Ивент

Групп позволяет не только находить новых клиентов, но и удерживать тех, кто уже взаимодействовал с данной компанией.

Список литературы

1. Агентства Арт Премиум Ивент Групп: официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://artpremiumn.ru/> (дата обращения: 16.02.2024).

2. Алёшина И. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетологов / И. Алёшина. – М.: Эксмо, 2002. – 480 с.

3. Каверина Е.А. Создание событий в современном социокультурном пространстве: дис. ... д-ра филос. наук: 24.00.01 / Елена Анатольевна Каверина. – СПб., 2012. – 320 с. EDN QFMZBZ

4. Goldblatt Joe. Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration / J. Goldblatt. The Wiley Event Management Series' Seventh edition. John Wiley and Sons, Ltd. 2013. 432 p.