



Эволюция событийного маркетинга или Семь секретов успешных мероприятий

Игорь Ларин
IBM Marketing

От количества к качеству



Секрет 1:

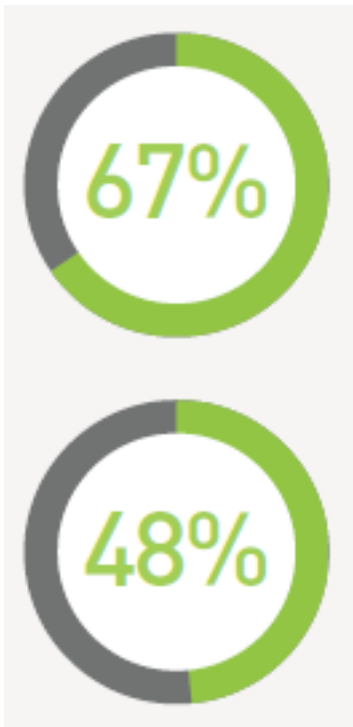
Если ваш бюджет сильно ограничен, не делайте дешевых мероприятий.

Будьте более избирательны в количестве тактик и в выборе аудитории. Создавайте уникальные события, приносящие максимум пользы вам и вашим клиентам.

2015 - сделать больше за меньше

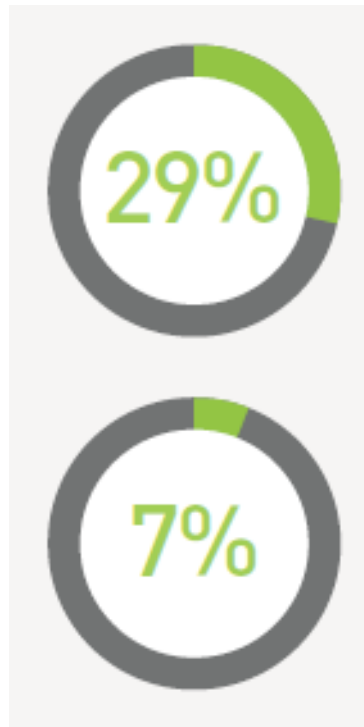
2016 - лучше меньше, да лучше

Стратегия важна, как никогда



67% мероприятий организуется просто потому, что отдел продаж этого хочет

48% решений о спонсировании мероприятия принимаются потому, что конкуренты уже сделали это



29% относятся к мероприятиям как к разовому событию, а не частью интегрированной стратегии

Только **7%** инвестируют в технологии увеличения эффективности мероприятий (сбора и анализа данных, получения большей ценности для бизнеса)

Секрет 2:

“Провалив подготовку, вы готовитесь к провалу”

Бенджамин Франклин.

Планируйте все заранее.

Создавайте

интегрированные кампании.

Планируйте опыт вашего потенциального клиента от

начала до конца. Будьте

очень избирательны в

выборе конкретных тактик для каждого этапа общения

с заказчиком.

Главная задача маркетолога – знать и понимать поведение и намерения заказчика, уметь предсказывать его следующие шаги и влиять на его решения в нужный момент.

Использование новых технологий становится разумнее



Секрет 3:
Используйте технологические новинки с умом. Прежде всего думайте об общей стратегии: профиле вашей аудитории, целях и задачах маркетинговой кампании, бюджете. С этой информацией вы сможете подобрать наиболее подходящие технологии для вашего мероприятия.

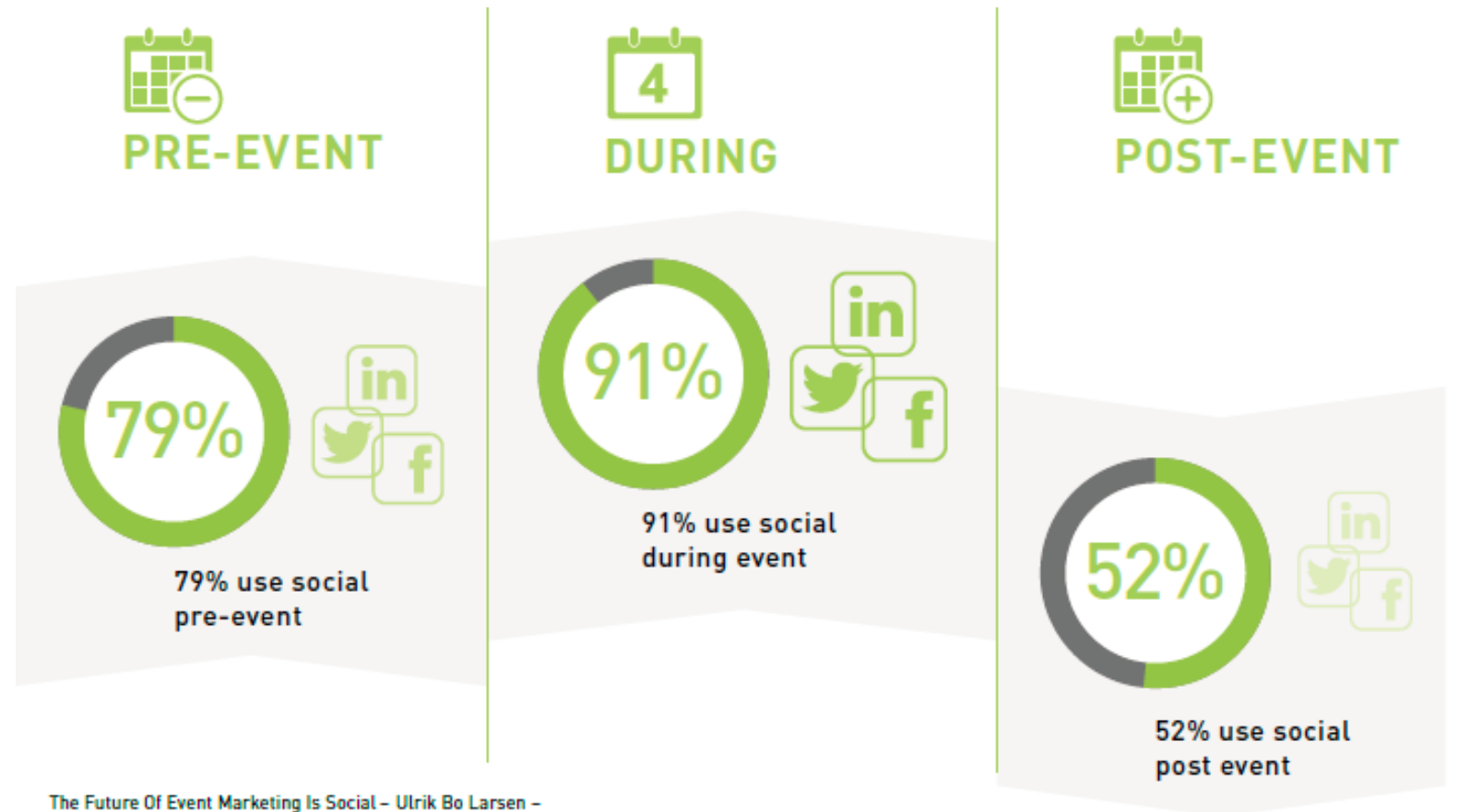
Только треть организаторов мероприятий подтверждают, что более половины участников мероприятий используют их мобильные приложения.

Социальное взаимодействие – будущее событийного маркетинга

Секрет 4:

Не жалейте времени и сил на общение с вашей аудиторией.

До, во время и после мероприятия общайтесь со своей аудиторией, взаимодействуйте с ней через социальные сети, показывайте, что вам небезразлично, что беспокоит ваших клиентов, о чем они думают и чего хотят. Интегрируйте социальное взаимодействие в вашу стратегию с самого начала. Социальное взаимодействие – не просто публикация постов, а интерактивное общение, желание узнать друг друга.



The Future Of Event Marketing Is Social – Ulrik Bo Larsen – CEO and Founder Falcon Social

39% всех организаторов мероприятий используют социальные сети для продвижения своих мероприятий.

Время - деньги

Секрет 5:

При принятии решения о посещении мероприятия люди, чаще всего, изучают информацию о нем в интернете.

Вот почему **очень важна грамотная digital-стратегия.**

- **Один среднестатистический человек может посетить не более 5 – 6 мероприятий в год.**
- **Как никогда раньше, люди стали более избирательны в отношении мероприятий, которые они планируют посетить.**



Измерение эффективности – ключ к успеху



Секрет 6:

Измеряйте! Как иначе вы узнаете, было ли мероприятие эффективным? Если вы не знаете, что измерять, **не тратьте свое время и деньги на мероприятие, в котором вы не сможете собрать и использовать данные о потенциальных клиентах.**

Плохая организация сбора данных о потенциальных клиентах на мероприятиях – одна из главных причин их неэффективности.



Слушайте и понимайте свою аудиторию

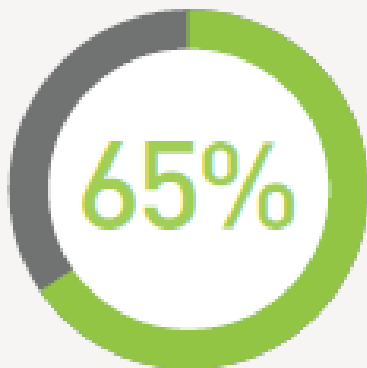
Секрет 7:

Готовьте уникальный контент. Подбирайте “правильных” спикеров.

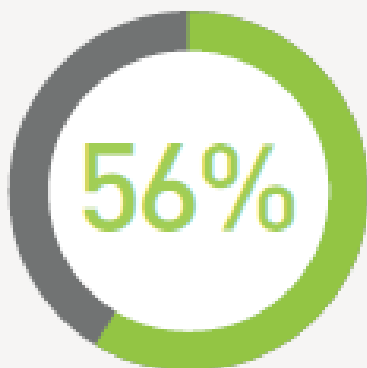
Аудитория больше доверяет мнению своих коллег, а не продавцов.

Разбейте длинные и скучные презентации на более удобоваримые интерактивные диалоги.

Будьте креативны!



65% опрошенных предпочитают слушать доклады своих коллег



56% опрошенных не хотели бы слушать спикера, в докладе которого слишком много рекламы



Что нас ждет?... несколько слов о будущем

- Фишки с мобильными приложениями
- Цифровые подарки
- Fun, fun, fun
- Когнитивные технологии и искусственный интеллект
- Виртуальная реальность
- Большие данные и аналитика!!!

