

Дослідження діяльності вітчизняних івент агенцій на прикладі столичної агенції Lioncom

Аліна Крайова

*здобувачка освітньої програми «Маркетинг»,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: KraiovAS@krok.edu.ua*

Ірина Мала

*Науковий керівник:
старший викладач кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0003-0773-5336*

Актуальність дослідження. Актуальність теми дослідження полягає у зростанні попиту на івент послуги в Україні. Через надлишок рекламної інформації у повсякденному житті, власники компаній шукають більш ефективний та впливовий інструмент просування своїх інтересів на ринок.

Об'єктом дослідження є діяльність одного з найвідоміших столичних івент-агентств «Lioncom».

Предметом дослідження: є процес організації івент-заходів та їх роль в маркетинговій діяльності підприємства.

Метою дослідження є узагальнення теоретичних аспектів івент- маркетингу, аналіз конкурентоспроможності та внесення пропозицій щодо удосконалення процесу розвитку івент агентства «Lioncom».

Для досягнення мети дослідження в роботі поставлено та вирішено наступні завдання:

- досліджено особливості подієвого маркетингу;
- проаналізовано діяльність івент агенції «Lioncom»;
- запропоновано способи підвищення ефективності роботи івент агентства Lioncom.

Інформаційна база досліджень У науковій праці вітчизняних сучасників І. Тараненко, О. Красовської, А. Куценко, Н. Лазаревої, Н. Попової, Л.Базалієвої розглядаються теоретичні та методологічні аспекти використання подієвого маркетингу як ефективного рекламного інструменту. Та зважаючи на те, що у вітчизняній літературі подієвий маркетинг як елемент просування бренду досліджений не надто глибоко, слід звернутись також до зарубіжних робіт, таких авторів як: П.Сміт, К.Беррі, А. Пулфорд, П. Гембл, М.Стоун, Н.Вудкок. Також інформаційною базою дослідження були сучасні наукові статті, наукові роботи маркетингової тематики та звітно-управлінська документація івент агентства «Lioncom».

Методологія дослідження. Під час роботи були використані порівняльний та статистичний аналізи, визначені переваги та недоліки діяльності агенції методом SWOT-аналізу.

Етапи та результати дослідження. На першому етапі дослідження були

опрацьовані наукові джерела, що освітлюють місце та призначення подієвої індустрії в системі маркетингових комунікацій. Визначили, що організація спеціальних заходів, спрямована на просування товарів або послуг через емоційну складову. За її допомогою, підвищується лояльність споживача до бренду, що стимулює побудову довгострокових відносин між ними.

На другому етапі дослідження нами була проаналізована діяльність івент агентства «Lionsom». Ми визначили, що за роки свого існування, кількість наданих ними послуг зросла в 14 разів. А в результаті порівняння агенції з іншими представниками івент бізнесу, для аналізу конкурентоспроможності, виявили, що Lionsom лідирує, хоч і з незначним відривом. Розглянувши рейтинг популярності послуг агенції, виявили, що найбільше користуються попитом урочисті відкриття, що у відсотковому співвідношенні становить 38% від усіх організованих заходів. Варто зазначити, що «Lionsom», надає послуги «під ключ» - тобто агенція повністю звільняє замовника від клопотів, пов'язаних з організацією івенту. Командою продумується ідея заходу, з урахуванням побажань клієнта та закуповується подарунковий фонд, якщо такий є. До того ж, спеціалісти «Lionsom» ознайомлюють клієнта з маркетинговими тонкощами та займаються запуском рекламної кампанії, якщо її потребує захід.

За 15 років роботи агенція позитивно зарекомендувала себе на ринку послуг. Її клієнтами стали не тільки крупні українські компанії, а й відомі бренди з усього світу. Lionsom співпрацювали з такими гігантами бізнесу як: «Microsoft», «Sony», «Sumsung», «Intel», «Sandora» та інші.

Проте, як виявилось, Lionsom не використовують достатньо сучасних рекламних інструментів, для ефективного просування власного бренду та не пропрацьовують негативні відгуки про компанію. Це показала відсутність належної комунікації з клієнтами у соцмережах та брак реклами в інтернеті.

Як підвищити ефективність діяльності підприємства? Наприклад застосувати, таргетовану рекламу, що являє собою оголошення, які показуються за заданими параметрами. Таргетинг включає безліч налаштувань, за допомогою яких можна точно задавати цільову аудиторію. Однією з найпопулярніших платформ для її розміщення на даний момент є – Instagram. І враховуючи той факт, що зараз майже кожний має свою сторінку у цій соціальній мережі було б доречно заявити там про себе через рекламу. Аналіз показує, що даний спосіб підходить для нових тематик, тобто знайомства користувачів з брендами. Ціна може змінюватись відчутно, але в більшості випадків при ефективному налаштуванні вона залишається на прийнятному рівні і підходить навіть для малого бізнесу [1].

Ще одна пропозиція удосконалення застосування контекстної реклами. Показ оголошень, заснований на відповідності предмета реклами змісту сторінки, на якій вона розміщена [2]. Даний інструмент працює двома способами: рекламні оголошення відображаються на сторінці результатів пошуку використовуваної пошукової системи, а тематика оголошень максимально відповідає сфері інтересу користувача, вираженої через пошуковий запит або ж рекламний

матеріал відображається на інтернет-сторінках, відповідній тематиці рекламного матеріалу за змістом. Перевага даного способу полягає у тому, що рекламу можна налаштувати конкретно під ту цільову аудиторію, яка вам потрібна. Тобто, споживачі, що шукають аналогічний товар або послугу. Застосовуючи такі методи просування, агенція Lioncom матиме можливість привернути увагу потенційних клієнтів та підвищити рівень пізнаваності, що дозволить їм виділитися серед конкурентів на ринку [3].

Отже, з метою підвищити ефективність роботи пропонуємо менеджменту агенції Lioncom сконцентрувати зусилля на:

1. Використання професійного планування: щоб забезпечити успішне виконання проектів, івент-агентство Lioncom повинно мати план роботи, в якому чітко визначені завдання та мети проектів. Планування дозволить забезпечити ефективний розподіл ресурсів, визначити часові рамки і запобігти зіткненням завдань.

2. Використання комунікаційних інструментів: забезпечення ефективної комунікації між різними членами команди та замовником є ключовим фактором успіху. Використання інструментів для комунікації, таких як Slack, Asana або Trello, може допомогти забезпечити швидку та ефективну комунікацію та зменшити кількість помилок.

3. Оптимізація процесів: щоб підвищити ефективність роботи, Lioncom може оптимізувати свої процеси. Наприклад, впровадження автоматизованих процесів та програмних засобів може допомогти зменшити час на виконання певних завдань, знизити кількість помилок та покращити точність роботи.

4. Розвиток персоналу: навчання та розвиток персоналу може допомогти підвищити ефективність роботи. Lioncom може організувати тренінги та семінари з питань професійного розвитку, які допоможуть підвищити рівень знань та навичок співробітників.

5. Відстеження результатів: для забезпечення ефективності роботи, Lioncom має відстежувати результати своєї діяльності. Це дозволить ідентифікувати сильні та слабкі сторони роботи, забезпечити покращення роботи та встановити нові цілі. Наприклад, Lioncom може використовувати засоби аналітики, щоб відстежувати кількість проектів, виконаних у роки та їхній прибуток, звітувати перед замовниками про результати та визначати тенденції у сфері подій.

6. Розвиток інноваційних підходів: Lioncom може розвивати нові підходи до роботи, що дозволить їй відрізнятись від конкурентів та залучати нових клієнтів. Наприклад, вона може використовувати віртуальну реальність або інші інноваційні технології для створення унікальних та незабутніх подій.

7. Підвищення якості обслуговування клієнтів: якість обслуговування клієнтів є ключовим фактором успіху івент-агентства. Lioncom може використовувати індивідуальний підхід до кожного клієнта, слухати їхні потреби та запити, пропонувати оптимальні рішення та швидко реагувати на їхні запити.

8. Розвиток співпраці з партнерами: співпраця з партнерами може допомогти підвищити ефективність роботи івент-агентства. Lioncom може встановлю-

вати довгострокові партнерські відносини зі своїми партнерами та постійно покращувати якість взаємодії, що дозволить їй зменшити час на пошук необхідних ресурсів та забезпечити якість роботи.

Практична значущість результатів дослідження. В результаті дослідження нами були запропоновані заходи, що дозволять підвищити ефективність діяльності агенції, через залучення нових клієнтів. Також за їх допомогою, Lioncom матиме можливість заявити про себе своїй цільовій аудиторії та піднятися на новий щабель в рейтингу серед конкурентів.

Ключові слова: подієвий маркетинг; івент-маркетинг; просування бренду; івент агенція.

Список використаних джерел

1. Петренко, Н. Д., & Ковальчук, І. І. Оцінка ефективності діяльності івент-агентства "Lioncom" в умовах кризи. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*, с. 110-118, 2021.
2. Кравченко, О. М., & Дроздова, І. В. Івент-менеджмент як інструмент формування іміджу та розвитку бренду на прикладі компанії "Lioncom". *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету*, с.60-66., 2021.
3. Кошель, О. О., & Лозовська, І. І. Формування і реалізація івент-проектів як елемент комунікативної стратегії компанії "Lioncom". *Наукові записки Національного університету «Острозька академія», Серія «Економіка»*, 1(47), с.111-116, 2020.