Event-маркетинг як інструмент просування бренду ТОВ «Тарасушка»

Генчев Тарас Олександрович
здобувач ІІІ курсу, гр. МА-20,
e-mail: HenchevTO@krok.edu.ua
Мала Ірина Борисівна
науковий керівник,
старший викладач кафедри управлінських технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-00030773-533

Актуальність теми визначається необхідністю просування бренду з використанням інструментів івент-маркетингу на прикладі ТОВ «Тарасушка».

Об'єктом дослідження є використання заходів івент-меркетингу під час просування бренду компанії.ТОВ «Тарасушка».

Предметом дослідження: є напрямки забезпечення ефективної маркетингової діяльності в забезпечені конкурентоспроможності підприємства в сучасних ринкових умовах господарювання за допомогою івент-маркетингу.

Метою дослідження є вивчення теоретичних і практичних аспектів подієвого маркетингу і розробка заходів подієвого характеру як способу просування бренду

Для здійснення мети необхідно виконати наступні завдання:

- визначити заходи та інструменти подієвого маркетингу;
- розробити стратегію досліджуваного підприємства;
- визначити терміни підготовки та реалізації стратегії просування бренду.

Інформаційною базою дослідження послужили наукові публікації, монографії, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали, звітні дані офіційних статей та сайтів.

Методологія дослідження: В ході проведення дослідження був проведений морфологічний аналіз для інтерпретації сутності «подієвого-маркетингу», «бренду» та «маркетингу» також здійсненне теоретичне узагальнення для опису інструментів подієвого маркетингу; наведено обгрунтування ефективності проєкту.

Організація event-заходів стає все більш популярним підходом до просування брендів, особливо серед великих компаній. Але не кожен захід буде ефективним. Більш того, неправильний вибір заходу і погана організація можуть негативно відбитися на іміджі бренду і неправильно його комунікувати [1].

Отже, для організації подій необхідно володіти знаннями щодо методики, способів ьа інструментів event-маркетингу.

Практична значимість даної роботи полягає в придбанні знань, а також умінь організації event-заходів. В рамках PR-спеціалізації такі навички можуть бути практично застосовні. Адже сьогодні організація івентів одна з головних складових просування компаній на сучасному ринку.

Більш того, рекомендується проаналізувати стратегії просування брендів конкурентів. В даний час, здебільшого йде боротьба брендів за перерозподіл часток вже існуючих на ринку компаній. Її мета-захоплення частки ринку суперника і перемикання споживача бренду конкурента на власний. Саме для цього потрібно застосовувати event

заходи.

Event-заходи покликані вирішувати наступні завдання:

• формування успішного бренду;

•створення новинного приводу для pr-кампанії;

• яскравий випуск продукту на ринок;

• позиціонування бренду;

• формування іміджу компанії;

• просування бренду.

Головна перевага будь-якої події-встановлення безпосереднього контакту між клієнтом (продуктом, брендом) та аудиторією, створення між ними емоційного зв'язку. За допомогою подієвого маркетингу виробники намагаються створити собі імідж, та виробити у споживачів позитивне ставлення до продукту, що вони виробляють [2].

На сьогоднішній день, щоб вижити в постійно мінливому середовищі, компаніям необхідно швидко і точно реагувати на всі зміни, що відбуваються в зовнішньому і внутрішньому середовищі, які впливають на успіх бізнесу. Теорія зацікавлених сторін, як стратегічний підхід управління, дає можливість компаніям та її менеджерам розуміти та керувати цими змінами, що зачіпають не тільки внутрішнє середовище організації, а й зовнішнє бізнес-оточення [3].

Для розробки ефективної стратегії підприємства життєво необхідний грамотний стратегічний аналіз, заснований на сучасних підходах, завдяки конкретному аналізу підприємства його сильних та слабких сторін.

Методи управління проєктами та програмами включають: мережеве планування та управління, календарне планування, логістику, стандартне планування, структурне планування, ресурсне планування.

Підприємство ТОВ «Тарасушка» має свій набір компонентів, які групуються разом з метою ефективного управління та для досягнення стратегічних цілей організації. Реалізація проекту відбувається у рамках організації, структура якої значною мірою впливає успіх проекту. ТОВ «Тарасушка» виділяють такі важливі організаційні форми:-функціональна структура, що передбачає використання існуючої функціональної ієрархічної структури організації Менеджер проекту здійснює лише загальну координацію робіт;-проектна структура-даний підхід передбачає, що комплекс робіт проекту розробляється незалежно від ієрархічної структури організації.

Будучи спеціалізованою компанією, для ТОВ «Тарасушка» потрібно основний акцент у плануванні робити на розробку структури фірми та обґрунтуванні нових інвестиційних проєктів. Пропозиція та вирішення цих питань треба зосереджувати на найвищому рівні управління, оскільки саме там є вся інформація.

Практична значущість результатів дослідження. Останнім десятиліттям попит на event-маркетинг збільшився. І це викликано насамперед тим, що він відповідає потребам людей, а людина, в силу своєї природи, завжди хоче отримати нові враження, стати частиною якихось унікальних подій. І в цьому сенсі event-маркетинг-одна з найефективніших зброї, що повністю відповідають цим вимогам. З'явився як інструмент короткострокового просування товару, соціальний маркетинг еволюціонував до довгострокової ринкової стратегії, що визначає позиціонування товару. Використовуючи event-маркетинг, компанії отримують рідкісну можливість побудови довготривалих та міцних взаємин із споживачами. Вище були наведенні основні аспекти розвитку для

компанії ТОВ «Тарасушка» завдяки стратегіям івент-маркетингу.

Список використаних джерел

1. Аакер Д. А. Створення сильних брендів / Д. А. Аакер.-М: ІД Гребенникова, 2003.-544 с.
2. Берер Т. Побудова бренду за допомогою маркетингу подій / Т. Берер.-М.: Інститут комунікацій Мудри Ахмедабад, 1998.-20 с
3. Розробка стратегії просування бренду з використанням інструментів івент-маркетингу: https://cutt.ly/jNSOhIt