

ТЕХНОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ІВЕНТ-МАРКЕТИНГУ

О.В.Масалаб¹, Н.П.Ткачова²

¹ аспірант кафедри маркетингу, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

² доцент кафедри маркетингу, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

Nadiia.Tkachova@khpі.edu.ua

Технологічні особливості проведення івент-маркетингу відіграють ключову роль у підвищенні ефективності заходів та взаємодії з аудиторією. Сучасні технології дозволяють не тільки організувати події, але й забезпечують глибшу аналітику, інтерактивність та персоналізацію. Використання технологій в івент-маркетингу допомагає створювати унікальні враження, що покращують залучення аудиторії та досягнення маркетингових цілей [1-6].

Нами сформовано та обґрунтовано основні технологічні особливості проведення івент-маркетингу в системі просування продукції на цільові ринки.

З розвитком інтернету та відеоконференцзв'язку, віртуальні та гібридні заходи стали популярним форматом. Вони дозволяють залучити ширшу аудиторію, незалежно від географічного розташування. Проводяться повністю онлайн за допомогою платформ для вебінарів, відеоконференцій (Zoom, Microsoft Teams, Hopin). Учасники можуть взаємодіяти через чати, відеокімнати та інтерактивні панелі. Поєднують онлайн та офлайн-формати. Частина аудиторії присутня фізично, а інша підключається дистанційно. Це дозволяє охопити обидві категорії учасників, забезпечуючи високу гнучкість у проведенні заходу.

Системи управління взаєминами з клієнтами (CRM) дозволяють автоматизувати реєстрацію, управління запрошеннями та обробку даних учасників. Завдяки CRM, організатори можуть персоналізувати комунікацію з учасниками, аналізувати поведінкові дані та керувати логістикою заходу. Платформи, такі як Eventbrite, Cvent, використовуються для організації реєстрації, збору платежів, нагадувань і постійної взаємодії з учасниками. Мобільні додатки стали важливим інструментом для покращення взаємодії на івентах. Вони забезпечують учасникам зручний доступ до інформації про програму заходу, карту локації, матеріали сесій, чат з іншими учасниками та інші важливі функції: планування та розклад подій; інтерактивні карти заходу; чат між учасниками та організаторами; повідомлення та нагадування; можливість поставити питання або взяти участь в опитуваннях у реальному часі.

AR та VR стають популярними інструментами для створення унікального і захоплюючого досвіду на заходах. Вони допомагають забезпечити інтерактивність, залучити увагу учасників та надати додаткові візуальні можливості для презентацій чи виставок. AR (доповнена реальність): можна використовувати для інтерактивних демонстрацій продуктів, створення віртуальних стендів або додаткової інформації через сканування об'єктів за допомогою мобільних пристроїв. VR (віртуальна реальність): дозволяє учасникам заходу "поринути" у віртуальні світи, де вони можуть ознайомитися з продуктами, відвідати віртуальні шоуруми або навчальні тренінги.

Збір і аналіз даних у реальному часі дозволяє організаторам краще розуміти поведінку учасників під час події та адаптувати контент у відповідності до інтересів аудиторії. Це забезпечується за допомогою технологій відстеження активності, таких як QR-коди, RFID-мітки або спеціалізоване ПЗ. Аналітичні інструменти вимірюють участь в опитуваннях, активність у мобільних додатках, взаємодію з інтерактивними

елементами події, що допомагає краще розуміти вподобання аудиторії і оптимізувати подальші заходи.

Сучасні технології дозволяють легко організовувати інтерактивні опитування та голосування, що підвищують залученість учасників. Це може бути інтегровано через мобільні додатки або окремі платформи для івентів. Інструменти: платформи типу Mentimeter, Slido дозволяють організовувати інтерактивні сесії для опитувань або збору зворотного зв'язку в режимі реального часу, що додає елемент інтерактивності і допомагає підвищити інтерес учасників.

Відеостримінг дозволяє поширювати контент івенту онлайн, охоплюючи ширшу аудиторію. Це особливо важливо для великих заходів, таких як конференції, вебінари або виставки. Інструменти: платформи типу YouTube Live, Vimeo або Twitch використовуються для трансляції заходів онлайн з можливістю запису відео для подальшого використання.

Зростаюче використання цифрових інструментів і платформ для проведення заходів підвищує важливість кібербезпеки. Організатори повинні забезпечити захист персональних даних учасників та уникнути загроз з боку кібератак. Інструменти кібербезпеки: використання шифрування даних, багатофакторної автентифікації та забезпечення відповідності заходам регулювання, таким як GDPR, є важливими аспектами захисту даних.

Івент-маркетинг неможливий без активного використання соціальних мереж для поширення інформації, залучення учасників та створення взаємодії під час і після події. Інструменти: використання хештегів, прямі трансляції у Facebook та Instagram, проведення конкурсів у соціальних мережах дозволяють залучати аудиторію і розширювати охоплення заходу.

Гейміфікація – це використання ігрових елементів для підвищення зацікавленості учасників. Наприклад, на заходах можуть організовуватися інтерактивні квести, конкурси, змагання, які стимулюють активність і взаємодію аудиторії. Інструменти: мобільні додатки можуть використовуватися для організації ігрових завдань, нарахування балів за активність, створення рейтингових систем і нагород.

Технології стали невід'ємною частиною івент-маркетингу, роблячи заходи інтерактивними, персоналізованими та більш ефективними. Використання цифрових інструментів, таких як віртуальні платформи, мобільні додатки, аналітика та інноваційні методи, дозволяє організаторам створювати унікальні події та досягати кращих результатів. Застосування новітніх технологій дозволяє підвищити залученість учасників, покращити управління подіями та забезпечити кращий зворотний зв'язок.

Список літератури:

1. *Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M.* (2012) Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
2. *Перерва П.Г.* Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності: Навч. посібник / За ред. проф. Перерви П.Г., проф. Гавриць О.М., проф. Погорєлова М.І. – Харків : НТУ «ХПІ», 2004. – 640 с.
3. *Kosenko A.V., Tkachev M.M., Kobieliiev V.M., Pererva P.G.* (2018) Innovative compliance of technology to combat corruption // Innovative management: theoretical, methodical, and applied grounds / S.M. Illiashenko, W.Strielkowski (eds.). 1st edition. Prague: Prague Institute for Qualification Enhancement. P.285-295.
4. *Перерва П.Г.* Управління інноваційною діяльністю підприємства // Маркетинг: підручник / За ред. О.А.Старостіної. К.: Знання, 2009. С. 461-518.
5. *Перерва П.Г.* Економіка та організація інноваційної діяльності : підруч. / П.Г.Перерва; за ред. П.Г.Перерви, С.А.Меховича, М.І.Погорєлова. Харків: НТУ «ХПІ», 2008. 1080 с.
6. *Nagy S., Sikorska M., Pererva P.* (2018) Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire. Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами: матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. Київ: НАУ, 2018. С. 21-22.