**Особенности организации и осуществления event-маркетинга**

**Масленникова Е.А***., ЯФ МФЮА*

*Научный руководитель: ст.преподаватель Скопин А.А.*

В современном обществе реклама становится личной, рассчитанной на определенного пользователя, это подтверждает значимость event-маркетинга – как рекламной площадки. Еvent-маркетинг продвигает товар или услугу с помощью создания и организации специальных мероприятий, которые создают эмоциональные связи между потребителем и брендом.

Специальное мероприятие - не просто способ привлечь внимание потребителя к торговой марке. В зависимости от формата и контента события - происходит то или иное позиционирование марки. Поводы для событий могут быть самыми разными. Видов мероприятий очень много: от семинаров, соревнований до церемоний, заседаний, встреч, концертов и т.д. Задача event-маркетинга - верно использовать повод и организовать мероприятие с пользой.

Если мероприятие достаточно значимо и масштабно, стоит пригласить на него журналистов, для того чтобы они осветили его в средствах массовой информации, придав тем самым статус событию и упомянув лишний раз компанию. Также решение определенных PR-задач может осуществляться с помощью создания специальных событий и проведения мероприятий.

Компании, применяющие традиционный подход к использованию стандартного набора инструментов продвижения, включающий в себя рекламу в СМИ, участие в ярмарках и выставках, стимулирование продаж, спонсорство, PR-компании и др., не успевают соответствовать современным реалиям рынка с быстроменяющимися потребительскими предпочтениями. Задачу предоставления потребителю ощущения свободы в своем выборе и освобождения его от влияния навязчивой рекламы призваны решать новые подходы к продвижению.

Потребителю во все времена хотелось новых впечатлений, быть участниками интересных событий, влиять на процессы и получать удовлетворение от причастности к чему-то значимому. Именно еvent-мероприятия обеспечивают возможность оценить продукт в атмосфере, которую организаторы считают наиболее оптимальной.

Event-маркетинг обеспечивает множество других возможностей. Он создает условия для развития корпоративной культуры, формирования круга лояльных к компании лиц, развития партнерских отношений, привлечения инвестиций, налаживания контактов с представителями СМИ.

К сожалению, для большинства представителей российского бизнеса понятие «event-мероприятие» пока что означает не столько действия по продвижению товаров, сколько развлечение в виде вечеринок и праздников.

Для эффективного event-мероприятия нужна основательная подготовка, которая требует наличия специальных знаний. Поэтому для проведения event-мероприятия должны привлекаться профессиональные event-компании, которые на этом специализируются и организовывают их с учетом пожеланий заказчика и ожиданий его потребителей.

В любом случае event-мероприятие должно соединять в единое целое время, место и атмосферу, которые будут способствовать адекватному восприятию потребителем предназначенной для него информации.