

СПЕЦИФИКА EVENT-МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Давыдчик Е.Н.

Научный руководитель: к.и.н., доцент Матяс И.Д.
Белорусский национальный технический университет

Сегодня в условиях высокой конкуренции на рынке образовательных услуг перспективным и эффективным направлением маркетинговой деятельности вуза является событийный маркетинг, применение которого позволяют создать привлекательный имидж вуза и обеспечить рост числа абитуриентов и студентов.

Event-marketing (с англ. Event - событие) – это систематическая организация мероприятий как платформы презентации товара (услуги) для того, чтобы с помощью эмоционального воздействия активизировать внимание целевой группы к товару (услуге).

Отличительные особенности событийного маркетинга:

– событийный маркетинг позволяет организациям своевременно уделять внимание клиентам, которые находятся на стадии принятия решений относительно продуктов и услуг;

– событийный маркетинг является своеобразным миксом ATL, BTL и PR, благодаря чему воздействует сразу по нескольким коммуникационным каналам;

– мероприятие событийного маркетинга имеет "долгоиграющий" эффект, поскольку начинается задолго до события в анонсах, афишах, пресс-конференциях и продолжается в последующих сообщениях СМИ;

– участники событийного маркетинга могут рассматриваться как большая фокус-группа, на которой компания апробирует свои предложения;

– высокая креативность и гибкость, заложенные в событийном маркетинге, позволяют выстраивать оригинальные программы для компаний различных сфер деятельности и с разными финансовыми возможностями;

– использование событийного маркетинга возможно там, где реклама запрещена или не действует эффективно.

Регулярность проведения мероприятий событийного маркетинга позволяет предприятиям достичь запланированных результатов с помощью относительно невысоких затрат.