

# EVENT MARKETING

PhDr. Ing. Mgr. Renáta Pavlíčková, MBA





# Event marketing

- Event marketing je komunikované sdělení spojené s formou zvláštního představení, prožitkem, který je vnímán více smysly najednou.
- Propagační strategie, která zahrnuje (osobní) kontakt mezi značkami a jejich zákazníky na akcích, mezi které se řadí například konference, veletrhy a semináře.
- Každá událost je jiná, má jiné publikum, jiný obsah a jinou kulturu, tomu je nezbytné podřídit formální náležitosti eventu.



# Tendence ovlivňující EM

- globalizace,
- vyšší flexibilita a mobilita,
- rostoucí individualismus.



## Charakteristika EM

- V rámci event marketingu je využíváno emocí v marketingové komunikaci a je vycházeno z faktu, že si lidé nejlépe zapamatují to, co reálně prožijí.
- Emocionální podněty, které event vyvolává, pak velmi dobře působí na image nabízené služby či produktu.
- Event marketing nezahrnuje pouze komunikaci externí, ale také interní v rámci společnosti.



## EM představuje

- jakoukoli akci prováděnou na veřejnosti
- propojení marketingového cíle a události
- propojení značky a události
- organizování akcí posilujících vztah mezi zákazníkem a firmou
- prostředek přiblížení výrobku nebo služby zákazníkovi
- působení na určitou skupinu osob prostřednictvím kulturních akcí

# Event & Event marketing

- Event se většinou chápe jako konkrétní nástroj komunikace.
- Event marketing je považován za dlouhodobější formu komunikace, která vychází z předem stanovené firemní strategie.





# Event

- Základem event marketingu je slovo *event*, které se překládá jako událost, prožitek, zážitek, příhoda nebo představení.
- Výhodou této formy marketingu je, že s pomocí eventů můžete jednoduše zaujmout a oslovit nové zákazníky a také budovat dobré vztahy s obchodními partnery a novináři.
- Eventy mají navíc oproti jiným marketingovým nástrojům výhodu, že dokáží **zapojit všech pět smyslů najednou**.
- Povedený event se může změnit ve výjimečný zážitek, který si lidé budou pamatovat dlouhé roky a mluvit o něm. Tím pádem se váš produkt nebo služba dostane do povědomí více lidí.



# Event marketing

- Event marketing podle statistik ve své marketingové strategii využívá **až 70 % marketérů**.
- Mnoho firem přiděluje na tyto eventy 20 až 50 % z celkového rozpočtu na marketing firmy, protože věří, že je vůbec nejúčinnější formou marketingu.
- Nejčastěji marketéři pořádají zážitkové akce pro zákazníky, kulturní nebo sportovní akce, akce pro širokou veřejnost a také akce pro zaměstnance.
- Event marketing je vhodnou formou propagace pro téměř jakoukoliv oblast a firmu.



# Aktivity EM

- konference
- semináře
- společenské akce
- firemní prezentace
- grand openingy (slavnostní otevření či zahájení prodeje, uvedení nového výrobku na trh)
- promotion
- slavnostní rauty, bankety
- slavnostní otevření poboček, filiálek
- vánoční večírky
- módní přehlídky
- slavnostní premiéry (například divadlo, film)
- obědy, večeře
- firemní párty
- a další

# Příklad dobré praxe

## Vánoční kamion Coca-Cola

- Skvělým příkladem dobré praxe jsou nazdobené vánoční kamiony Coca-Cola, které každoročně stojí před obchodními centry a také na náměstích velkých i menších měst. Tato vánoční tradice se Coca-Cole velmi osvědčila a dnes zná nepřehlédnutelné červené kamiony plné limonády, které řídí Santa Claus, téměř každé dítě na světě.



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“



„EVENTY stojí na nápadech a tvrdé dřině“

