

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА (НА ПРИМЕРЕ ЗАО «АЛЬФА-БАНК»)

В современном мире становится все сложнее привлечь внимание потребителя к продукту традиционными методами маркетинга, вследствие чего широкое распространение получают нетрадиционные инструменты. Одним из таких инструментов является событийный маркетинг.

Целью работы является изучение и классификация инструментов событийного маркетинга на основе деятельности ЗАО «Альфа-Банк».

Событийный маркетинг — это вид маркетинга, направленный на продвижение компании и ее продуктов с помощью ивентов. Организация мероприятий или участие в них повышают узнаваемость бренда, помогают продемонстрировать свои возможности, найти партнеров и построить прочные взаимоотношения с покупателями [1].

На сегодняшний день большое количество как зарубежных, так и отечественных компаний применяют событийный маркетинг как один из инструментов своей коммуникационной политики. Для изучения событийного маркетинга ЗАО «Альфа-Банк» рассмотрим классификацию проводимых компанией ивентов, представленную на рисунке.



Классификация ивентов ЗАО «Альфа-Банк»

Отличительной особенностью ивентов «Альфа-Банка» является то, что большая их часть — бесплатные, а значит, они доступны для широкой аудитории. Кроме того, компания уделяет большое внимание развитию студенческой молодежи, принимая активное участие в мероприятиях, организовываемых белорусскими вузами: проводит выездные лекции, участвует в студенческих фестивалях и конференциях. «Альфа-Банк» вносит вклад и в развитие бизнеса в стране, проводя мероприятия, направленные на обеспечение знаниями молодых предпринимателей.

Результативность событийного маркетинга ЗАО «Альфа-Банк» подтверждается наградами на профессиональных премиях, например Гран-При «Банк Года-2022». Маркетинговая команда компании ежегодно входит в Топ-5 рейтинга эффективности брендов. «Альфа-Банк» является лидером по спонтанному знанию согласно исследованию в рамках конкурса «Бренд года 2022». Об эффективности проводимых ивентов также свидетельствуют многочисленные упоминания компании в социальных сетях и СМИ.

Так как событийный маркетинг ЗАО «Альфа-Банк» высокоэффективен в рамках поддержания положительного имиджа компании, имеет смысл продолжать его использование. Для этого могут быть использованы следующие ивенты: проведение новогодней экоакции по сбору пластиковых карт «Украсим елку вместе», организация фестивалей для сбора материальной помощи и благотворительных концертов для детей-сирот, объединение локальных показов мод Беларуси в единую «Alfa FashionWeek», организация собственного музыкального фестиваля «Поколение Alfa» для молодежи и проведение спортивных турниров по видам спорта, которым в стране на данный момент уделяется меньше внимания, например «AlfaCyber» и «Alfa Tennis Open».

Источники

1. Что такое событийный маркетинг: стратегии, идеи [Электронный ресурс] // SendPulse. — Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/event-marketing>. — Дата доступа: 24.03.2024.

Ю. А. Жабинская, А. В. Коваленко

*Научный руководитель — кандидат экономических наук О. В. Верниковская
БГЭУ (Минск)*

ГЕНЕРАТИВНЫЙ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ (GEN AI) — ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАКУПОЧНОЙ ЛОГИСТИКИ

Закупки являются важнейшей частью управления цепочкой поставок любой компании, поскольку помогают снизить издержки, повысить эффективность