

УДК 33     DOI: 10.14451/1.237.189

# Оригинальные стратегии в event-продюсировании и формирование экспертов: ключевые факторы успеха и их влияние на индустрию

© 2024 Новая Инга Анатольевна

Аспирант. Индивидуальный предприниматель. Ульяновский государственный технический университет. Тренинговая компания Level Up, Ульяновск.

E-mail: i-novaya@mail.ru

## Ключевые слова:

индустрия, продюсирование, событийный маркетинг, организация мероприятий, event-мероприятия, развитие, продвижение, факторы успеха, участники.

В настоящей научной работе анализируются оригинальные приемы в организации и проведении мероприятий, которые направлены на развитие экспертов в разных сферах. Event-продюсирование становится все более важным инструментом для компаний и организаций в привлечении внимания к своим продуктам и услугам. Автор данной научной статьи определяет основные факторы в достижении успеха рассматриваемых стратегий и исследует их конкретное влияние на современную индустрию event-продюсирования. Кроме того, в статье анализируется роль развития экспертов в области event-индустрии, а также определенное влияние умений, способностей, в том числе и опыта эффективности мероприятий. Изучение основывалось на анализе действий лидирующих компаний и квалифицированных специалистов в направлении event-менеджмента. Результаты данной исследовательской работы предоставляют возможность лучше воспринимать, какого типа подходы наиболее эффективны в событийной индустрии event-продюсирования, в том числе и каким образом происходит развитие экспертов, которое способствует успеху в данной области. **Цель данного исследования:** определить основные факторы достижения успеха в уникальных методах и приемах event-продюсирования и развитие экспертов, а также выявление конкретного влияния данных факторов на рассматриваемую индустрию современного маркетинга, в том числе развитие профессиональных умений и способностей участников данного процесса. **Объектом исследования** послужили особые стратегии в направлении event-продюсирования и становления экспертов, которые используются в области производственных мероприятий и в образовательном процессе. **Научная новизна** данного исследования состоит в определении характерных особенностей в достижении успеха, которые помогают разрабатывать особенные и результативные стратегии в производстве проектов и развитии экспертов данной области. Настоящее исследование направлено на анализ воздействия конкретных стратегий на данную индустрию современного маркетинга, а также профессиональное обучение и совершенствование участников. **Методы исследования.** Для достижения поставленных в научной работе задач будут применяться подходы

к изучению литературы, интервьюирование, анкетирование участников событийных мероприятий, исследование метода кейс-стади, сопоставительного анализа эффективных практик в сфере конкретного event-продюсирования. Кроме того, будет проведено подробное исследование с целью определения основных тенденций и критически важных аспектов успеха.

## **Введение**

Классическое определение специальных мероприятий было дано А. Е. Назимко в работе «Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей»: «Событие в событийном маркетинге – это такое мероприятие, которое изменяет отношения целевых аудиторий и бренда и обладает в их глазах субъективной значимостью» [11, с. 43].

На сегодняшний день, event-продюсирование представляет собой неотъемлемую часть различных маркетинговых приемов компаний. Организация и проведение данных мероприятий, главной задачей которых является как привлечение пристального внимания к конкретному бренду, так и развитие экспертов в разных сферах, открывая при этом современные возможности для больших компаний повысить собственный уровень репутации, авторитета и влияния на рынке [2].

«Event-формат предполагает совмещение делового и неформального общения, что создает благоприятную атмосферу для решения проблем и задач разного характера. В рамках проведения event-мероприятия компания-организатор получает возможность личного взаимодействия со своей аудиторией, которая включает как клиентов и сотрудников, так и инвесторов и СМИ, что позволяет максимально быстро отследить настроение аудитории, установить эмоциональную связь и продлить эффект от коммуникации на долгосрочную перспективу» [4].

В исследовательском материале автор анализирует оригинальные приемы в event-продюсировании, способствующие развитию экспертов, обозначая основные факторы дости-

жения успеха данных стратегий, а также изучая воздействие на современную индустрию [3].

Рассмотрим авторские форматы в event-продюсировании, и оформим результат в виде таблицы 1.

## **Рассмотрим основные факторы достижения успеха**

Глубокое понимание актуальных потребностей, а также потребностей целевой аудитории, которые позволяют проводить данное мероприятие, которое состоится наиболее результативным способом в развитии формирования специалистов [13].

Обеспечение участникам самой новой информации, а также экспертных знаний, в том числе практических умений, которые способствуют наиболее результативному развитию профессионалов.

Формирование собственного опыта и ярких эмоций для участников производственных мероприятий, что способствуют эффективному освоению умений и развитию аналитиков [5].

## **Подходы event-индустрии**

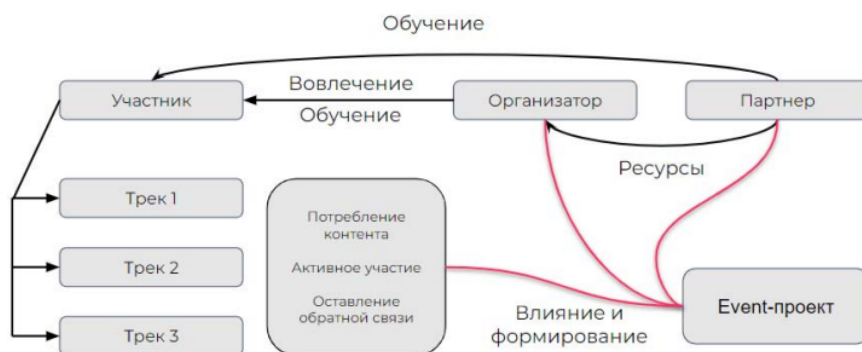
Современные уникальные подходы в event-продюсировании, которые направлены на развитие экспертов, оказывают существенное влияние на индустрию в целом, способствуют повышению уровня представленных мероприятий, а также совершенствованию профессионализма участников, в том числе укреплению авторитета определенных компаний-исполнителей [14].

## **Реализация цели указывает на решение поставленных задач:**

– изучить конкретные стратегии в продюсировании;

**Таблица 1.** Авторские форматы в event-продюсировании.

Примеры	Описание формата
Пример 1	Подготовка мероприятий, в которых участники проявляют активность в образовательном процессе, в том числе в процессе взаимодействия. Диалоговые мероприятия, онлайн-дискуссии и кейс-стади, а также обучающие мастер-классы, которые способствуют результативному развитию экспертов.
Пример 2	Планирование и проведение мероприятий, которые нацелены на усовершенствование профессиональных возможностей, разработка учебной платформы для взаимодействия. Сетевой обмен опытом, который способствует развитию экспертов при помощи знаний и взаимодействия в целом [12].
Пример 3	Внедрение инновационных подходов, например, пространство виртуальной реальности, онлайн-приложения и интерактивные платформы, чтобы способствовать созданию специфического опыта приглашенных на мероприятия [1].

**Рис. 1.** Пример карты участника Event-проекта.

- исследовать важные составляющие в достижении успеха в *event*-индустрии;
- рассмотреть существенное влияние экспертов на эффективность мероприятий;
- проанализировать воздействие определенных стратегий для достижения успеха в производстве проектов;
- анализ влияния развития экспертов на формирование *event*-индустрии в целом.
- указанный метод теории и психологии событий анализирует психологические факторы для участия в определенных событиях, а также подходы к поведению людей. Важными факторами в достижении успеха в данном случае могут являться переопределение чувств, эмоционального опыта и удовлетворение собственных потребностей участниками, развитие положительных впечатлений;

#### Рассмотрим теоретические подходы подробно:

- рассматриваемый подход теории обучения и развития подразумевает применение определенных мероприятий для процесса обучения, а также формирования участников. Основными факторами достижения успеха может быть как составление интерактивных учебных программ, так формирование мотивирующего учебного пространства и анализ результатов процесса обучения;
- теория нововведений – данный подход предполагает применение современных подходов, в том числе и творческого подхода для разработки, и применение особенных концепций в *event*-продюсировании. Основными факторами в достижении успеха могут быть интеграция современных идей на постоянной основе, проведение различных экспериментов с форматами определенных событий, а также непрерывное стремление к постоянному совершенствованию [15].



**Рис. 2.** Действия участников EVENT-мероприятия.

Сочетание разных теоретических подходов может способствовать созданию успешных приемов в event-продюсировании, а также становлению экспертов данной сферы, которые могут эффективно влиять на данную индустрию и предоставлять новейшие возможности для развития специальных навыков участников проекта [6]. Рассмотрим примеры и оформим результаты в виде таблицы 2.

Указанные выше примеры могут существенно влиять в целом на индустрию event-продюсирования, могут способствовать развитию подходов к проведению мероприятий, а также к привлечению конкретно заинтересованной аудитории и успешному развитию экспертов в разных сферах.

### Применение на практике

Личностная адаптация событий и применение современных форматов, которые способствуют повышению уровня участвующей целевой аудитории, что может способствовать наиболее интенсивному сотрудничеству и активному участию в проводимых мероприятиях.

Организация наиболее уникальных и ярких событий, предъявление актуальной информации и соответствующего опыта, который способствует повышению степени удовлетворенности всех участников, что может предоставить возможность для повторного участия в данных мероприятиях в будущем.

Организация учебных мероприятий, а в процессе, обмен собственным опытом и полученными

знаниями, кроме того, формирование сообщества вокруг данных мероприятий, что стимулирует развитие экспертов, а также лидеров различных мнений во многих сферах и может содействовать улучшению данной индустрии в общем [16].

Использование современных методов к проведению указанных событий и становлению экспертов, которые способствуют усовершенствованию рассматриваемой индустрии event-продюсирования, тем самым стимулируют конкуренцию, что привлекает, новые субъекты и поддерживает уровень данной отрасли.

Применение уникальных методов в event-продюсировании способствует созданию особенного и незабываемого опыта для участников мероприятий, тем самым повышает престиж бренда, а также его популярность и расширяет аудиторию.

### Проведение эксперимента в рамках продюсирования и формирования экспертов

Исследование влияния уникальных стратегий на уровень деятельности, а также вовлеченности и формирование экспертов в рассматриваемой индустрии яркого event-продюсирования:

- участники контрольной группы, которые принимают участие в текущем мероприятии по рассматриваемому event-продюсированию;
- участники экспериментальной группы, которые участвуют в мероприятии *Innovation and Elevate*, с использованием уникальных приемов.

**Таблица 2.** Создание успешных приемов в event-продюсировании.

Примеры	Описание формата
Пример 1	Организация мероприятий, которые ориентированы на определенную целевую аудиторию, при учете собственных интересов, а также актуальных потребностей и личных предпочтений, что позволяет привлекать конкретных участников, помогая вовлекать и формировать наиболее существенный опыт [13].
Пример 2	Проведение экспериментов с оригинальными подходами, например, марафоны, интенсивы, различные мастер-классы, соревнования, а также интерактивные средства и инструменты, которые способствуют привлечению интереса и активизации зрителей [8].
Пример 3	Внедрение инновационных технологий, например, пространство виртуальной реальности с элементами дополненной реальности, а также приложения для мобильных устройств, интерактивные инструменты и другие, что помогает создавать наиболее эмоциональный и незабываемый опыт для респондентов [9].
Пример 4	Создание сообщества вокруг определенного мероприятия или специалистов, тем самым способствуя развитию взаимоотношений, а также совместное использование знаний и опыта, кроме того, стимулирует участие в проводимых мероприятиях в будущем.
Пример 5.	Организация и проведение учебных мероприятий, образовательных тренингов, развивающих мастер-классов, а также различных форматов, которые могут способствовать развитию экспертов во многих сферах и повышению компетенций респондентов [7].

Длительность проведения эксперимента 5 дней. – степень удовлетворенности участвующих экспериментальной группы – 75%, а количество вторичных посещений указанных мероприятий составило 45%, степень вовлеченности составила 70%.

#### Материалы эксперимента:

- формуляры, специально составленные для участников, которые используют в процессе и по завершении мероприятия;
- цифровая платформа для взаимодействия и дискуссий.

#### Методика эксперимента:

- члены контрольной группы принимали участие в типовых мероприятиях, которые проводятся без применения уникальных стратегий;
- члены экспериментальной группы принимали участие в конкретных мероприятиях, которые организованы с использованием инновационных методов и приемов.

#### Полученные в процессе проведения эксперимента результаты:

- степень удовлетворенности участников контрольной группы – 65%, количество повторных визитов упоминаемых мероприятий составило 20%, а уровень интереса составил 60%;

#### Обсуждение и результаты эксперимента

Результаты проведенного эксперимента продемонстрировали то, что использование уникальных стратегий в event-продюсировании может иметь существенное влияние на степень удовлетворенности участников, а также уровень их вовлеченности в производство проектов, в том числе и количество повторных визитов, что в свою очередь, подтверждает значимость технологического новшества и творческого подхода как в организации, так и в проведении мероприятий [14].

#### Вывод

Ключевые факторы успеха, например, соответствующее качество представляемого контента, а также взаимодействие и социальные сети, кроме того, долгосрочное влияние, являются успешными для повышения уровня эффективности данных мероприятий и развития экспертов в рассматриваемой индустрии. Перечисленные



Рис. 3. Обязанности EVENT-продюсера.

факторы способствуют как улучшению полученного опыта (в процессе) участников, так и формированию профессионального объединения, а также развитию имиджа компании в современной индустрии event-продюсирования.

#### Гипотеза данного исследования

Уникальные подходы в event-продюсировании и подготовке экспертов имеют существенное воздействие на успех данных мероприятий, а кроме того профессиональное становление участников. Определение и структуризация основных факторов успеха предоставит возможность повысить уровень эффективности организации и проведения данных мероприятий, а также разработку учебных программ, что приводит к влиянию на общее развитие индустрии казуального маркетинга [2].

#### Заключение

Уникальные приемы в event-продюсировании, которые направлены на развитие экспертов, играют основную роль в совершенствовании данной индустрии, а также повышение уровня успешности существующих маркетинговых компаний. Кроме того, понимание важных факторов в достижении успеха рассматриваемых

стратегий представляет возможным организовать события, которые способствуют как привлечению внимания ценителей и поклонников к бренду, так и развитию экспертов в кругу участников [10].

#### Перспективы дальнейших исследований заключаются в:

- уникальных стратегиях, которые способствуют повышению определенного уровня профессионализма, в рассматриваемой производственной индустрии, что тем самым способствует повышению уровня качества предоставляемых услуг и предлагаемых мероприятий;
- передовых подходах, которые делают данные события наиболее привлекательными для данной категории участников, способствуя увеличению количества посетителей, а также участников;
- применение инновационных технологий в event-продюсировании поддерживает прогресс в данной области и помогает создавать актуальные возможности как для организаторов, так и для участников [11].

**Библиографический список**

1. Архангельская И. Б., Мезина Л. П., Архангельская А. С. Интегрированные маркетинговые коммуникации. – М. : РИОР, Инфра-М, 2015. – 170 с.
2. Атаева Т. А. Событийный маркетинг как инструмент продвижения товара и создания его имиджа // Теория и практика общественного развития. – 2015. – № 9. – С. 84–86.
3. Бурлакова Е. В., Качалова С. М. Технологии event-маркетинга в продвижении на рынке услуг телекоммуникационной компании // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. – 2017. – Т. 3, № 2. – С. 28–36.
4. Ермаков С. Г., Макаренко Ю. А., Соколов Н. Е. Event-менеджмент: обзор и систематизация подходов к организации мероприятий // Управленческое консультирование. – 2017. – № 9. – С. 140–148.
5. Зимина А. В., Воловская Н. М. Event-маркетинг: понятие и преимущество // Достижения вузовской науки 2018: сб. науч.-исслед. конкурса, 5 мая 2018 г. Пенза. – 2018. – С. 126–128.
6. Исаева Е. В., Дусь Ю. П. Программы взаимоотношений с потребителями как основа разработки маркетинговой стратегии // Экономические науки. – 2013. – № 106. – С. 39–42.
7. Карен К., МакЭван К. Корпоративные мероприятия, которые стали легендой. – 2008.
8. Климова Т. Б., Вишневская Е. В. Событийный маркетинг: новый вектор развития территорий // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». – 2014. – № 2. – С. 80–84.
9. Ключагина Е. С. Event-маркетинг как эффективный метод маркетинговых коммуникаций. – Томск : Томский политехнический университет, 2013.
10. Мухина М. В., Каткова О. В., Мухина Е. С. Совершенствование технологий event-маркетинга // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2019. – 2 (36). – С. 248–254.
11. Назимко А. Е. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей. – М. : Вершина, 2007. – 224 с.
12. Никитина О. О. Использование нестандартных методов продвижения в event-индустрии в условиях ограниченных ресурсов // Управленческое консультирование. – 2023. – 7 (175). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-nestandardnyh-metodov-prodvizheniya-v-event-industrii-v-usloviyah-ogranichennyh-resursov> (дата обр. 22.07.2024).
13. Огородникова Е. С., Буторин Д. Ключевые факторы успеха и формирование конкурентной стратегии компании // Теория и практика современной науки. – 2017. – 3 (21). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/klyucheve-factory-uspeha-i-formirovanie-konkurentnoy-strategii-kompanii> (дата обр. 22.07.2024).
14. Романцов А. Н. Event-маркетинг: сущность и особенности организации. – М. : Дашков и К, 2009. – 116 с.
15. Терских М. В., Струччинская М. Е. Специфика объекта позиционирования и продвижения как основа концепции событийного мероприятия // Социально-экономические явления и процессы. – 2020. – 1 (108). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-obekta-pozitsionirovaniya-i-prodvizheniya-kak-osnova-kontseptsii-sobytiynogo-meropriyatiya> (дата обр. 22.07.2024).
16. Ячменникова Е. А. Событийный маркетинг, или как «делать event» // Маркетинговые коммуникации. – 2010. – № 4. – URL: <http://grebennikon.ru/article-z0w0.html> (дата обр. 22.07.2024).