

Семинар для специалистов МЦ «Смена»

РАБОТА С ПАРТНЕРАМИ

Ведущая:

Круковская Ирина – руководитель проекта «Детский
Петрозаводск»

27 сентября 2017г.

Каждое мероприятие – это рекламная площадка, возможность для осуществления маркетинговой коммуникации



#zozh_fest

ЧИСТЫЙ город

К Городской Центр молодежи молодежи
Петрозаводск, пр. Невского, 55

sampo.ru

Karelia ton

ВХОД СВОБОДНЫЙ

Фестиваль Здорового Образа Жизни
"ЗОЖный райОН"
на территории спортивного комплекса
в микрорайоне «Древлянка-8»

4\06\17\
14:00-17:00

РОЗЫГРЫШИ И ПРИЗЫ
ОТ ПАРТНЕРОВ ФЕСТИВАЛЯ

6+

В основе процесса продвижения товаров и услуг лежат

Маркетинговые коммуникации

- **Основные:** реклама, стимулирование продаж, личные продажи и т.д.
- **Поддерживающие:** связи с общественностью, *event-маркетинг* (партнерское участие и собственные мероприятия), *спонсорство*, упаковка, фирменный стиль и т.д.

Основная задача event-маркетинга – это создание ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ связи между потребителем и компанией



Почему компании поддерживают мероприятия?

- Через event-маркетинг компании вызывают у своего потребителя интерес, уважение, благодарность («эффект гало» = «Эффект нимба») – **формирование имиджа компании**
- **Презентация** своих товаров и услуг на мероприятии, прямые **продажи**
- **Благотворительность**
- **Интерес к мероприятию**

Как составить коммерческое предложение для партнеров

- **Описание** мероприятия: что, где, когда?
- **Целевая аудитория**: сколько человек планируется быть, кто они, с какими потребностями и интересами?
- **Почему и зачем** люди придут на мероприятие?
- Какие **рекламные возможности** будут у партнера?
- **Призывная фраза** (Будьте там, где ваши клиенты! Дарите радость детям! Давайте сделаем жизнь в городе интереснее! Поможем тем, кому это особенно нужно!)
- **Пакеты участия** для партнеров (разные стоимости с разными возможностями: генеральный партнер, ведущий партнер, партнер)

Рекламные возможности любого мероприятия

- Промо-зона и прямое общение с клиентами
- Публикации в официальном сообществе мероприятия (правило «4 касаний»)
- Размещение логотипа на промо-материалах мероприятия (листовки, пресс-волл, афиши)
- Работа промоутеров/волонтеров на мероприятии в футболках/бейсболках с фирменной символикой партнера
- Включение в розыгрыш призов (перед мероприятием)
- Проведение конкурса (до мероприятия и\или во время его)
- Выступление на общей сцене мероприятия

Правило «четырёх касаний»

(представление партнеров на ресурсах мероприятия)

Статическое представление партнера – активные ссылки на группу ВК, л/с, сайт:

1. Ссылка в группе (раздел «Ссылки»)
2. Логотип в альбоме встречи или в альбоме «Партнеры» + комментарии с активной ссылкой и текстом
3. Запись в обсуждениях (Наши благодарности, Наши партнеры, Участники) + Запись про конкурс, розыгрыш
4. Логотип на баннере/афише/прессволе/листовках

Динамическое представление – посты на стене группы: рекламные, информационные, благодарственные

Посты **обязательно отправляем партнеру** с просьбой поделиться в группе (таким образом мы демонстрируем внимание и благодарность и увеличиваем охват аудитории мероприятия)

После мероприятия:

- Отправляем **пост-релиз с фото**, на которых **ОБЯЗАТЕЛЬНО** присутствует партнер (в кадре - логотип, баннер, промо-место, рекламная продукция партнера) с просьбой поделиться в своем сообществе, на сайте
- Пишем **благодарственное письмо**, готовим подарок (по возможности и если это уместно)
- Поздравляем с праздниками (профессиональным, Новым Годом, 8 марта и 23 февраля), т.е. **поддерживаем отношения**