

## **Rola event marketingu.**

Postrzeganie event marketingu tylko jako działalności polegającej na organizowaniu imprez promocyjnych jest swego rodzaju uproszczeniem. W rzeczywistości ta forma promocji to złożone narzędzie, poprzez które korzystające zeń firmy chcą realizować swoje cele i założenia rynkowe. Dzieje się to nie tylko poprzez fakt, że eventy są dobrym sposobem na przekazywanie informacji na temat oferowanych produktów, lecz również przez to, iż pomagają kreować określoną aurę, wartości czy skojarzenia z daną marką. W dalekosiężnej perspektywie nawet jednodniowe wydarzenie wspomaga tworzenie trwałego i konsekwentnego wizerunku firmy. W związku z tym eventy coraz mniej postrzegane są jako doraźne akcje okolicznościowe. Myślenie o nich jako ważnym czynnikiem strategii staje się dziś coraz bardziej powszechne.

Tym, co stanowi o dużej skuteczności event marketingu jest zawarty potencjał do wytworzenia osobistych relacji pomiędzy klientem a firmą sięgającą po taką formę promocji. Działa to dwukierunkowo; z jednej strony to okazja od poznania potencjalnych odbiorców i wsłuchania się w ich potrzeby. Z drugiej, odbiorcy zdobywają informacje na temat produktów, zaznajamiają się z marką, budują sobie jej pozytywny obraz, co nie pozostaje bez wpływu na ich preferencje i wybory dokonywane na rynku. Tego typu zalety (aktywizacja i możliwość wzajemnego poznania) sprawiają, że znaczenie powyższych działań jako sposobu na promocję z roku na rok wzrasta.

## **Moje postrzeganie organizacji branżowych.**

Organizacje branżowe zajmujące się rozwojem rynku eventowego w znacznej mierze działają jako platformy wiedzy spotkań. Ich zadaniem jest sprzyjanie nawiązywaniu kontaktów biznesowych pomiędzy producentami usług a agencjami, które realizują się w tworzeniu i produkcji wydarzeń.

Bardzo ważna wydaje się profesjonalna edukacja i przekazywanie wiedzy na temat działań w sferze rynku eventowego.

Organizacje branżowe pełnią również rolę wspierającą w przypadku sytuacji konfliktowych pomiędzy agencjami a klientami, bądź też służą poradą prawną lub merytoryczną.

Na tym etapie rozwoju organizacji wspierających branżę eventową oceniam pozytywnie.