



# ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКОВОЇ ДУМКИ В МЕНЕДЖМЕНТІ, ГАЛУЗЯХ СПОРТУ, ОБСЛУГОВУВАННЯ ТА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

*Тези доповідей  
III Міжнародної студентської наукової конференції  
(26-27 вересня 2024 року, м. Львів)*

*За загальною редакцією  
Наталії ПАВЛЕНЧИК*

**Львів -2024**

УДК 339

## ТРЕНДИ ІВЕНТ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ *B2B*-АУДИТОРІЇ

Іоанна ДЕНИСЮК

здобувач вищої освіти

Науковий керівник – Людмила КУРИЛО

д-р.екон.наук., професор

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

Маркетинг подій (івент маркетинг) – це один з інструментів *BTL* маркетингових комунікацій, який використовує організацію та проведення спеціальних подій для досягнення бізнес-цілей підприємства, серед яких найпоширенішими є залучення нової аудиторії, просування бренду, послуг та товарів, популяризація ідей, підвищення лояльності або зміцнення командного духу. Таким чином маркетинг подій сприяє продажам товарів чи послуг компанії і підвищенню її впізнаваності.

Івент-маркетинг також є ефективним інструментом для залучення *B2B*-клієнтів до компанії. Аналітичні дослідження серед компаній, що працюють на *B2B*-аудиторію, підтверджують впливовість подій на взаємодію:

- 60% лідерів бізнесу переконані, що івенти мають вирішальне значення для успіху компанії. При цьому 80% маркетологів компаній стверджують те саме [1].

- *B2B* - покупці, які довіряють компанії, майже вдвічі частіше рекомендують цю компанію зовнішнім сторонам [2].

- 31% покупців *B2B* відвідують галузеві заходи як частину процесу покупки [3].

Таким чином доведено вплив маркетингу подій на ефективність встановлення зв'язків між компанією та клієнтами, що в подальшому сприяє ефективним продажам.

Розглянемо основні тренди івент маркетингу у поточному році, завдяки яким організатори зможуть привернути максимальну увагу *B2B*-аудиторії.

У 2020 році онлайн-заходи стали найбільш популярними у всьому світі, а вдруге в Україні актуальність віртуальних івентів підвищилася у 2022 році, коли значна частина цільової аудиторії опинилася в різних частинах світу.

Однак у 2024 році світова тенденція рухається до створення більшої кількості заходів офлайн або гібридних форматів, особливо для B2B-аудиторії. Підтверджують цю тенденцію дані платформи *Cvent*: 86% програм івентів наразі передбачають особисті заходи [4]. Але, незважаючи на критичну важливість офлайн подій, віртуальні й гібридні формати є цінними та залишаються актуальними в 2024 році.

В епоху прийняття рішень на основі даних маркетологи все частіше звертаються до штучного інтелекту (ШІ) й аналітики даних, щоб персоналізувати досвід відвідувачів. Аналізуючи дані відвідувачів, уподобання та взаємодію, організатори здатні адаптувати зміст події, можливості спілкування й рекламні акції відповідно до індивідуальних інтересів. Цей персоналізований підхід не лише підвищує задоволеність відвідувачів, але й сприяє більш цілеспрямованим маркетинговим зусиллям. Згідно з даними *Forrester*, більшість маркетологів вважає, що ШІ фундаментально змінить те, як вони планують і проводять події протягом наступних двох років [5].

Найпопулярнішим і найефективнішим каналом охоплення аудиторії для івентів є імейл-маркетинг, реклама в соцмережах та спільноти. За даними *ZipDo*, 85% організаторів заходів використовують маркетинг електронною поштою для просування своїх заходів [6]. Онлайн-спільноти стають надійними професійними мережами, пропонуючи значну взаємодію та доповнюючи традиційні методи.

Підсумовуючи, зазначимо, що маркетинг подій є важливим інструментом маркетингових комунікацій, адже він допомагає досягти бізнес-цілей підприємства. Незважаючи на зростання популярності офлайн-формату заходів, гібридні й віртуальні події залишаються актуальними у 2024 році. Використання штучного інтелекту й аналітики даних допомагає персоналізувати досвід відвідувачів і покращує результативність маркетингових зусиль. Найефективнішими каналами просування івентів є

імейл-маркетинг і соцмережі, які доповнюють онлайн-спільноти, що стають важливими для професійної взаємодії.

### **Список використаних джерел:**

1. 20+ Compelling Event Industry Statistics [2023]: How Events Improve Marketing - Zippia. URL: <https://www.zippia.com/advice/event-industry-statistics/> (date of application: 13.04.2024).
2. Are B2B Buyers Cowards? URL: <https://www.forrester.com/blogs/are-b2b-buyers-cowards/> (date of application: 13.04.2024).
3. What Interactions Do B2B Buyers Have During the Purchase Process? Marketing Charts. Marketing Charts. URL: <https://www.marketingcharts.com/industries/business-to-business-231738> (date of application: 13.04.2024).
4. 10 Event Industry Trends You Must Know in 2024. Event Platform for In-person, Virtual, and Hybrid Events & Webinars. URL: <https://www.cvent.com/uk/blog/events/event-trends> (date of application: 14.04.2024).
5. Marketers Must Embrace AI To Maximize B2B Event Success. Forrester. URL: <https://www.forrester.com/blogs/marketers-must-embrace-ai-to-maximize-b2b-event-success/> (date of application: 14.04.2024).
6. Essential Event Industry Statistics In 2024 ZipDo. URL: <https://zipdo.co/statistics/event-industry/> (date of application: 14.04.2024).