

УДК 338.48

Безугла Л.С., д.е.н, професор, завідувач кафедри туризму та економіки підприємства (Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

ІВЕНТ-МАРКЕТИНГ У HoReCA: ПОДІЇ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ І ЗБІЛЬШЕННЯ ДОХОДУ

Івент-маркетинг у сфері HoReCA є одним із найефективніших інструментів залучення клієнтів, підвищення їхньої лояльності та збільшення доходу закладів. Використання подій дозволяє створити унікальний досвід для гостей, зміцнити емоційний зв'язок із брендом і виділитися серед конкурентів. Івент-маркетинг — це організація спеціальних заходів, спрямованих на привернення уваги до закладу, формування позитивного іміджу та стимулювання продажів. У HoReCA цей інструмент може охоплювати:

- тематичні вечори (гастрономічні тури, дегустації, свята). Вечори, присвячені певній кухні або культурі, створюють атмосферу ексклюзивності (наприклад, мексиканська вечірка з живою музикою). Сімейні події та свята через відкриття дитячих зон або організація сімейних свят підвищують відвідуваність закладів;
- майстер-класи (кулінарні уроки, винні дегустації). Вони допомагають залучати гостей, які цікавляться гастрономією. Наприклад, проведення майстер-класів від шеф-кухаря закладу;
- живі виступи артистів або DJ-сети;
- бізнес-івенти (конференції, семінари, зустрічі з партнерами). Презентації та корпоративи, проведення заходів для бізнес-спільнот;
- благодійні заходи (аукціони, збір коштів на соціальні проекти).

Івент-маркетинг у закладах HoReCA має кілька ключових цілей, які спрямовані на залучення нових клієнтів, збільшення доходу, підвищення впізнаваності бренду і формування лояльності. Розглянемо основні цілі, які заклади ставлять перед собою при проведенні подій:

1. Залучення нових клієнтів. Однією з основних цілей є привернення уваги нових відвідувачів, які не є постійними клієнтами. За допомогою яскравих і цікавих заходів, що організовуються на території закладу, він може стати більш відомим серед потенційних клієнтів. Івент-маркетинг дозволяє залучити різні сегменти ринку, створюючи події для конкретних груп (молоді, сімей з дітьми, бізнесменів, туристів тощо). Організація спеціальних заходів, таких як вечори для дітей з

2. Підвищення середнього чеку. Під час івентів часто впроваджуються спеціальні пропозиції або пакети, які дозволяють збільшити витрати гостей. Наприклад, на гастрономічних фестивалях можна запропонувати дегустаційні сети, що підвищує середній чек на одну людину. Івенти також дозволяють пропонувати клієнтам допродажі, наприклад, спеціальні напої, десерти або ексклюзивні страви, доступні тільки під час заходу. Вечір виноробів може включати дегустацію кількох видів вина, що підвищить середній чек завдяки додатковим продажам спеціальних страв або вин.

3. Формування лояльності клієнтів. Івенти, що проводяться регулярно, можуть формувати постійну аудиторію, заохочуючи гостей повертатися. Запрошення постійних клієнтів на ексклюзивні події, наприклад, приватні вечері або ранкові сніданки, стимулює їх до лояльності та повторних відвідувань. Івенти можуть стати частиною програми лояльності, де клієнти отримують бонуси або знижки за участь у подіях. Ресторани можуть проводити закриті заходи для учасників програми лояльності, де вони мають доступ до спеціальних пропозицій або дегустацій.

4. Підвищення впізнаваності бренду. Івент-маркетинг дозволяє зміцнити позиції закладу на ринку і створити асоціації з певними цінностями або емоціями. Під час подій заклад може демонструвати свою унікальність через атмосферу, обслуговування та особливості продукту. Успішні івенти позитивно впливають на репутацію закладу. Якщо подія була добре організована і залишила гарне враження у клієнтів, це сприяє створенню позитивного іміджу бренду. Ресторани часто організовують тематичні вечори або фестивалі, що стають подією міста, а заклад отримує широку рекламу та високу впізнаваність.

5. Залучення та утримання персоналу. Організація подій не тільки для клієнтів, але й для персоналу, наприклад, внутрішніх свят або тренінгів, може підвищити мотивацію та командний дух. Це створює більш високий рівень обслуговування клієнтів і підвищує загальний досвід. Івенти, які включають навчальні заходи, допомагають персоналу краще розуміти потреби клієнтів і вдосконалювати свої навички, що в кінцевому результаті покращує обслуговування та клієнтський досвід. Ресторани, які проводять тренінги для своїх співробітників під час підготовки до важливих подій, можуть значно покращити якість обслуговування, що також відображається на задоволеності клієнтів.

6. Розширення партнерств і бізнес-зв'язків. Івент-маркетинг може сприяти створенню партнерських відносин з іншими брендами та бізнесами, що дозволяє розширити клієнтську базу. Такі колаборації можуть включати партнерство з місцевими постачальниками, виноробнями чи музикантами для організації спільних заходів. Організація подій для бізнес-спільноти або для корпоративних клієнтів може стати важливою частиною стратегії з розширення бізнес-зв'язків. Готелі та ресторани часто організовують корпоративні заходи або конференції, співпрацюючи з місцевими організаціями та компаніями, що допомагає не тільки підвищити дохід, але й зміцнити бізнес-зв'язки [1-3].

Івент-маркетинг у закладах HoReCa є потужним інструментом для досягнення багатьох важливих цілей. Від залучення нових клієнтів до формування лояльності та підвищення впізнаваності бренду — організація подій сприяє розвитку бізнесу. І хоча івент-маркетинг вимагає значних зусиль і ресурсів, правильна стратегія дозволяє закладам отримати значні переваги, зокрема збільшення доходів, залучення нових клієнтів та підвищення репутації.

Список використаних джерел:

1. Koshkalda I., Bezuhla L., Nihatova O., Ilchenko T. (2020). Brand as a marketing tool for growth in organic sales: Evidence from Ukraine. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, Vol 19, № 3, pp.297-316
2. Безугла Л.С., Онищенко А.І., Шадріна Д.В. Формування маркетингової діяльності на ринку туристичних послуг. *Ефективна економіка*. 2020. №1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/84.pdf
3. Язіна В., Кучер М., Сабіров О. Сучасні аспекти управління якістю продукції та послуг підприємств готельно-ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021 (34). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-87>.