

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ EVENT-MARKETING НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

О. К. Соковцева

*Москва, Российский университет дружбы народов, Институт мировой экономики и бизнеса, специальность «Реклама и связи с общественностью», студент*

IT-рынок товаров и услуг сегодня является самым динамично развивающимся. Непрерывное появление инновационных разработок, продуктов и решений требует соответствующих ярких и динамичных мероприятий по продвижению и внедрению в жизнь новых технологий. Лучшим помощником в достижении данной цели выступает event-marketing.

Для рынка IT-технологий характерно проведение двух видов мероприятий: онлайн- и офлайн-формата. Онлайн-мероприятия подразумевают вебинары, транслирующиеся в Интернете и обеспечивающие живое общение за пределами Сети. К офлайн-мероприятиям относятся семинары, конференции, круглые столы, Road Show, презентации и т. д.<sup>1</sup>

Очевидно, что в эпоху стремительного развития информационных технологий активное вовлечение Интернета в процесс продвижения инновационной продукции является жизненно необходимым. Но все же ключевая роль отводится реальным мероприятиям. Рассмотрим, благодаря чему событийный маркетинг является одним из самых эффективных способов продвижения IT-технологий.

Главное преимущество использования событийного маркетинга на IT-рынке – высокая степень вовлеченности инновационных технологий в процесс продвижения товара. Фактически интерактивная часть мероприятия может являться демонстрацией новейшей продукции. Таким образом, организаторы события смогут одновременно решить две основные задачи: осветить все функциональные возможности разработанных инноваций и превратить презентацию товара в яркое, динамичное шоу. Рассмотрим, какие технологии активно используются в настоящий момент при проведении мероприятий в сфере IT-технологий.

---

<sup>1</sup> Барабошина Е. А. Event-маркетинг как инструмент продаж на рынке высоких технологий // Маркетинговые коммуникации. – 2013. – С. 16–21.

✓ QR-кодирование – это двухмерный штрихкод, предоставляющий информацию для ее быстрого распознавания с помощью камеры мобильного телефона или любого другого считывающего устройства. QR-код позволяет закодировать любую необходимую информацию по мероприятию. QR-коды легко заменяют каталоги, листовки, программы и прочие рекламно-информационные материалы.

✓ Интерактивные столы – это большие сенсорные планшетные мониторы с интерактивным управлением. Дисплеи поддерживают большое количество одновременных прикосновений, поэтому за ним могут находиться одновременно до пяти человек. В функциональные возможности интерактивных столов входят первичная регистрация на мероприятие, просмотр интерактивных презентаций, использование различных приложений, размещение навигационной информации и т. д.<sup>2</sup>

✓ Проекционные витрины – позволяют превратить любую витрину в большой рекламный видеозахват<sup>3</sup>. Могут быть любого размера, с углом обзора 180° и объемным изображением. Кроме того, могут быть дополнены интерактивной функцией, то есть могут обеспечивать обратную связь. По мнению журнала Forbes, проекционные витрины являются одной из самых перспективных рекламных тенденций. Согласно проведенным исследованиям, до 27 % респондентов смотрели на экраны, до 18 % остановились, чтобы посмотреть содержимое рекламы на экране, от 15 до 33 % опрошенных принимали участие в организованном действии под воздействием впечатления от увиденного.

✓ Интерактивный пол – новое инновационное решение для различных мероприятий. Данный инструмент прекрасно подойдет для любых мероприятий, направленных на развлечение посетителей и привлечение внимания к компании. В основе системы стоит технология прямой проекции. Изображение проецируется на пол, устанавливаются системы видеозахвата, и в итоге получается интерактивный пол, реагирующий на любые движения и жесты.

✓ Bluetooth-маркетинг – доставка информационных сообщений с помощью специального программного обеспечения или аппаратных средств на любые устройства, поддерживающие технологию Bluetooth<sup>4</sup>. Технология Bluetooth-маркетинга позволяет не только использовать традиционный медиаконтент, но и передавать Java-приложения, позволяющие более полно донести информацию о товаре или услуге в интерактивном режиме (интерактивные каталоги и т. п.), а также использовать технологию скрытых рекламных сообщений. Ведущие мировые компании активно используют Bluetooth-маркетинг. К примеру, Coca-Cola проводила акцию, где каждый желающий мог скачать их заставки и рождественские мелодии.

Активно развивается тенденция внедрения интерактивных игр в мероприятия для компаний, работающих на рынке IT-технологий. Использование интерактивных игр позволяет продемонстрировать сложные характеристики продукта, которые нельзя было бы показать никаким иным способом.

Все чаще для достижения этой цели начинает использоваться такая инновационная технология, как дополненная реальность – среда с прямым или косвенным дополнением физического мира цифровыми данными в режиме реального времени с помощью компьютерных устройств – планшетов, смартфонов и инновационных гаджетов, таких как Google Glass<sup>5</sup>. Дополненная реальность позволит продемонстрировать инновационные продукты, вовлечь аудиторию в процесс работы технологии и, возможно, опробовать возможности товара (если таковое предусмотрено). Технологию дополненной реальности использовал,

<sup>2</sup> Интерактивные столы и киоски [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://interscreen.ru/touch>, свободный. – Загл. с экрана.

<sup>3</sup> Проекционные витрины [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://projection.ttg.ru/proekcionnye-vitriiny/>, свободный. – Загл. с экрана.

<sup>4</sup> Бурнацева Э. Р. Актуальные тенденции развития инновационных технологий в event-маркетинге // Event-marketing. 2013, С. 288–297.

<sup>5</sup> Что такое дополненная реальность? [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://arnext.ru/dopolnennaya-realnost>, свободный. – Загл. с экрана.

к примеру, журнал Popular Science, выпустивший номер, посвященный альтернативной энергетике, с интерактивной обложкой, на которой «оживала» фотография большой трехлопастной турбины. Если помимо камеры к компьютеру был подключен микрофон, он мог уловить звук дуновения, и тогда лопасти турбин на экране начинали вращаться.

Помимо технологии дополненной реальности активно используются такие разработки, как система Kinect и digital-инсталляции. В качестве примера использования разработок можно привести кампанию в Мельбурне во время запуска продаж Windows Phone 7. Экран проекционной витрины имитировал touch screen, позволяя прохожим получить представление об интерфейсе, скорости и удобстве использования гаджета. А компания Starbucks установила витрины для продвижения новой линейки чаев Tazo. Прохожие могли управлять маленьким существом (колибри, стрекозой или бабочкой), которое должно было пройти через множество приключений, чтобы найти уникальные компоненты для каждого из новых чаев.

Все чаще компании на рынке IT-технологий прибегают к созданию специализированных мобильных приложений, приуроченных к мероприятию.

Разработка специального приложения обладает несколькими преимуществами:

- Им может воспользоваться каждый участник мероприятия.
- В мобильном приложении размещены все контактные данные и справочная информация.
- При регистрации участники оставляют свои контакты (важно для обратной связи).
- Участники смогут ориентироваться на площадке с помощью приложения и GPS-навигации; на экране они видят, кто и что находится с ними в одном зале.

В качестве примера мобильных приложений, разработанных для конкретного события, можно привести приложения, касающиеся Олимпийских игр в Сочи.

Лидером по популярности среди инновационных технологий в event-индустрии является технология световой проекции. Может использоваться как для предметной демонстрации объекта, так и для моментальной трансформации пространства. Основным и уникальным преимуществом технологии проекции является возможность придать предметам динамику. Важным инструментом выступают световые 3D-проекции. Они включают в себя ряд демонстрационных возможностей, позволяющих продемонстрировать внутреннее устройство технических элементов инновационного продукта, создать реалистичное изображение любых элементов и деталей, которые невозможно увидеть в действительности. К примеру, технология световой проекции использовалась в рамках Mercedes-Benz Kiev Fashion Days на презентации нового четырехдверного купе CLA. Созданный 3D-анимационный волк словно сбежал с рекламного ролика нового CLA. Порывав, голографический волк превратился в значок Mercedes-Benz, а затем трансформировался в ключевые технические характеристики нового Mercedes-Benz CLA<sup>6</sup>.

Event-marketing крайне подходит продвижению компаний и товаров на рынке IT-технологий. Эффективность обусловлена технологическими возможностями мероприятий. Внедрение инновационных технологий позволяет провести презентацию товаров любой сложности, с демонстрацией непосредственно самого продукта и обеспечением полным спектром необходимой информации от самых компетентных специалистов.

---

<sup>6</sup> Впервые на Mercedes-Benz Kiev Fashion Days в Украине презентована 3D голограмма. [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <http://eventstrends.com/2013/04/03/vpervyie-na-mercedes-benz-kiev-fashion-days-v-ukraine-prezentovana-3d-gologramma/>, свободный. – Загл. с экрана.