

EVENT-КОМПАНІЯ ЯК ОСОБИСТИЙ БРЕНД

Колодчук Є.Л., гр. ТУР 2018-3

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.М. Радіонова**
Харківський національний університет міського господарства
ім. О.М. Бекетова

Актуальність цієї теми обумовлена сучасними умовами проведення заходів в часи пандемії. Ніколи не було настільки важливо представити себе в інтернет-просторі, як за часів затьмяної глобальної пандемії. Особливо важливо для організаторів івентів, які залишилися без умов для роботи через те, що скасовано та заборонено проводити всі масові заходи. На найбазовішому рівні особистий бренд – це те, як вас сприймають інші люди. Люди вже говорять про вас і вже мають уявлення про те, ким ви є як професіонал і як особистість. Перевага цього полягає в тому, що особистий бренд може жити повністю онлайн, що ніколи не було так важливо, в той час, коли ми не подорожуємо і не зустрічаємося один з одним особисто. Для цього у першу чергу потрібно створити онлайн-контент, вести комунікацію з аудиторією та мати її довіру. Визначити свою цільову аудиторію. Для покоління X розвивати блог у Facebook, покоління Y – Instagram, покоління Z – мережа, яка дуже швидко набирає обертів, TikTok. Також потрібно обрати тип заходів, які будуть проводитись.

Наприклад, відомий український сімейний фестиваль «Mamaslet» в період карантину проводив платні онлайн-лекції у своєму інстаграмі на різноманітні теми, які турбують батьків щодо виховання, харчування, здоров'я, освіти, зі спеціалістами різних сфер. Організатори цього фестивалю мають пізнаваність, довіру та запит аудиторії через те, що протягом усього періоду своєї роботи на українському ринку івентів, вони розвивали та просували блог свого фестивалю «Mamaslet» в соціальних мережах та власний вебсайт. На нашу думку, в них вийшло продавати онлайн-заходи через активну комунікацію, регулярну публікацію дописів в мережі, підбір актуальних тем та високоякісних спеціалістів, з якими вони проводили ці лекції.

Важливо розуміти значущість платформ в інтернеті при просуванні особистого бренду та знайти те, що буде вирізняти бренд серед сотень інших, запевнити відвідувачів, щоб тільки побачивши назву бренду, вони не мали ніяких сумнівів в надійності та якості наданих послуг, навіть не заглиблюючись в їх сутність.