



Strategi Pemasaran Events

Apa itu Strategi Event Marketing

Salah satu bentuk strategi pemasaran yang diwujudkan melalui penyelenggaraan acara dikenal sebagai strategi event marketing. Tujuan perusahaan dalam menyelenggarakan acara biasanya adalah untuk memperkenalkan produk baru kepada publik atau mengkampanyekan produk yang sudah ada.

Strategi event marketing melibatkan segala hal terkait peralatan, teknis, dan saluran promosi. Saluran promosi digunakan untuk mempromosikan acara agar dikenal oleh khalayak yang luas. Tujuannya adalah agar audiens datang ke acara tersebut, baik dengan membeli tiket ataupun dalam acara yang terbuka untuk umum.

Melalui event marketing, suatu produk dapat diperkenalkan kepada publik. Selain itu, tercipta kedekatan emosional dan rasional antara konsumen dan produk. Hal ini dikarenakan konsumen dapat merasakan, melihat, mendengar, dan menyentuh produk secara langsung, berbeda dengan hanya melihat iklan di televisi.

Berikut ini adalah beberapa fungsi dan tujuan dari strategi event marketing:

1.Meningkatkan Permintaan terhadap Produk atau Jasa

Tujuan utama dari event marketing adalah meningkatkan permintaan terhadap produk atau jasa.

2.Membuat Produk atau Jasa Diterima oleh Konsumen

Untuk dapat diterima oleh masyarakat, suatu produk memerlukan pendekatan emosional dan personal. Berbagai strategi event marketing akan mengatur segala hal yang mendukung jalannya acara, sehingga pesan produk dapat diterima dengan baik oleh para peserta.

3. Memperluas Jaringan

Dalam event marketing, terlibat banyak pihak. Selain tim penyelenggara, ada pihak eksternal yang mungkin menjadi mitra kerja di masa depan. Investor dan pesaing juga menjadi bagian dari jaringan bisnis.

4. Mendapatkan Keuntungan

Pihak penyelenggara event tentunya mendapatkan keuntungan dari penjualan tiket dan sponsor. Selain itu, peningkatan penjualan produk atau jasa juga merupakan keuntungan lainnya. Event marketing yang sukses dapat memberikan dampak tersebut setelah event berlangsung.

Tahapan Strategi Event Marketing

Pre-event

Pada tahap ini, event manager dan timnya akan membuat pengenalan atau pengumuman mengenai tanggal dan detail acara. Promosi dilakukan melalui berbagai saluran seperti media sosial, blog, atau mitra kerja.

Launching

Launching merupakan tahap di mana acara secara resmi diumumkan melalui rilis pers atau media partnership. Setelah pengumuman resmi, harapannya adalah penjualan tiket meningkat bahkan bisa terjual habis.

Misalnya, dalam konser musik, promotor dan artis terkait akan mengeluarkan rilis pers terkait konser yang akan datang. Selain itu, konferensi pers juga dapat diadakan untuk membahas acara yang akan diselenggarakan.

Tahapan Strategi Event Marketing

Day to day marketing

Tahap day to day marketing berfokus pada meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap acara. Promosi dilakukan melalui media berbayar, penawaran diskon awal, dan konten terkait acara yang rutin dibagikan melalui media sosial, blog, dan email.

Last Call

Pada tahap ini, promosi acara menjadi lebih intensif. Pihak penyelenggara harus aktif menghubungi calon peserta dengan menggunakan email marketing atau kontak langsung. Influencer juga dapat dimanfaatkan untuk memberikan pengumuman tentang urgensi acara yang akan datang.

Keberhasilan strategi event marketing tergantung pada kemampuan setiap elemen dalam menjalankan fungsinya. Aspek teknis dan sumber daya manusia sangat penting untuk keberhasilan acara. Selain itu, evaluasi pasca-acara juga penting dilakukan untuk mengidentifikasi kekurangan dan keberhasilan strategi event marketing yang telah dilakukan.

Contoh Strategi Event Marketing

Pameran

Pameran merupakan contoh event marketing yang efektif untuk memamerkan produk kepada pelanggan. Berbagai pameran diselenggarakan di berbagai bidang industri. Misalnya, dalam industri pariwisata terdapat pameran di mana perusahaan-perusahaan tour dan travel terkemuka memamerkan produk mereka.

Seminar

Seminar adalah event marketing yang dapat meningkatkan penjualan dalam bidang industri yang relevan. Misalnya, jika Anda berbisnis dalam makanan dan minuman, sehingganya dapat menyelenggarakan seminar yang berhubungan dengan produk yang akan dipasarkan.

Workshop

Workshop juga merupakan event marketing yang mengedukasi peserta, workshop memberikan pengetahuan dan solusi melalui studi kasus yang dapat membantu mempromosikan bisnis kepada peserta.

Bazar

Bazar adalah acara yang memungkinkan pebisnis memasarkan produk mereka, bazar fokus pada penjualan produk dalam jumlah besar. Anda dapat menggabungkan strategi promosi seperti diskon atau hadiah bagi pembeli dalam acara bazar. Selain meningkatkan penjualan, bazar juga dapat menarik calon pelanggan.

Peluncuran Produk Baru

Acara peluncuran produk baru yang besar dan menarik dapat menjadi strategi event marketing yang efektif. Dalam acara ini, pelanggan dapat mencoba langsung produk baru yang diluncurkan. Mengirimkan undangan khusus kepada pelanggan setia juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Strategi Promosi untuk Meningkatkan Kehadiran Event

Pemanfaatan Media Sosial

Dalam era digital seperti sekarang, media sosial menjadi saluran utama untuk menyebarkan informasi.

Oleh karena itu, penting untuk memanfaatkannya dengan optimal dalam mempublikasikan dan mempromosikan event. Penting untuk menciptakan caption yang menarik untuk memancing minat audiens.

Ide promosi harus dibuat dengan kreativitas dan keunikan agar cepat menyebar di media sosial. Jangan lupa untuk tag akun-akun media sosial lain yang terkait dengan event untuk meningkatkan visibilitas.

Desain Visual yang Menarik

Desain visual sebuah poster memegang peran penting dalam menarik perhatian orang-orang. Jika desainnya menarik, maka akan membuat orang-orang tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut. Oleh karena itu, penting untuk merancang poster dengan gaya yang menarik dan memikat.

Pengisi Acara yang Terkenal

Meskipun caption yang menarik sangat penting, namun tanpa dukungan dari pengisi acara yang terkenal, promosi tersebut tidak akan maksimal. Coba undang pengisi acara yang sedang populer pada saat itu untuk menarik perhatian audiens.

Proses pengambilan keputusan untuk terlibat event

TEKNIK PEMBUATAN KEPUTUSAN TIM YANG EFEKTIF



Untuk mendapatkan konsensus dalam tim, usahakan:

- Sepakati masalah yang ditangani dan tujuan yang hendak dicapai. Hal ini sudah harus ditetapkan sejak awal.
- Pastikan semua anggota tim mendapatkan informasi yang sama. Suatu hal yang menyedihkan bila ada anggota yang mendapatkan informasi berbeda dari anggota lainnya dalam tim.
- Jujur dan terus terang ketika mengungkapkan gagasan. Jangan terjebak dengan arus gagasan yang terbentuk dalam diskusi.
- Hindari menghakimi gagasan terlalu dini. Biarkan anggota tim menyatakan permasalahan dan mengajukan pertanyaan.

Untuk mendapatkan konsensus dalam tim, usahakan:

- Uji keputusan dan masalah secara sistematis. Pastikan semua anggota tim memahami proses yang digunakan.
- Bersedia untuk kompromi dan fleksibel. Hindari konflik, permainan kekuasaan, dan politik pura-pura. Perilaku demikian hanya akan merusak kepercayaan.
- Beri waktu secukupnya untuk mencapai konsensus, tapi jangan terlalu lama. Orang akan kelelahan dan kehilangan minat terhadap masalah yang dibahas dan hasil yang diharapkan jika terlalu lama.

Thank you

