



Pemasaran dan Promosi MICE

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen.

Event Marketing adalah strategi pemasaran yang melibatkan penyelenggaraan berbagai acara atau kegiatan untuk memperkenalkan, mempromosikan, atau meningkatkan kesadaran akan suatu brand, produk, atau layanan kepada target audiensnya. Melalui event, brand dapat berinteraksi langsung dengan konsumen potensial, memberikan pengalaman yang berkesan, serta membangun hubungan jangka panjang.

Manfaat Event Marketing bagi Brand

- **Meningkatkan Kesadaran Brand:** Dengan menyelenggarakan event, brand dapat meningkatkan kesadaran akan keberadaannya di tengah-tengah konsumen potensial.
- **Membangun Hubungan Langsung:** Event memberikan kesempatan bagi brand untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, membangun hubungan yang lebih dekat dan personal.
- **Menghasilkan Konten Berharga:** Event menyediakan kesempatan untuk menghasilkan konten yang dapat digunakan dalam kampanye pemasaran online dan offline.
- **Meningkatkan Keterlibatan Konsumen:** Dengan menyajikan pengalaman yang menarik, event dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, baik secara langsung maupun melalui media sosial.
- **Memperluas Jaringan:** Event membuka peluang untuk memperluas jaringan bisnis dan menjalin kemitraan baru.
- **Meningkatkan Penjualan:** Event yang sukses dapat meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan.
- **Membangun Citra Positif:** Event dapat digunakan untuk membangun citra positif tentang brand, seperti melalui kegiatan amal atau keberlanjutan.

Strategi Event Marketing

1.Tentukan Tujuan yang Jelas: Sebelum menyelenggarakan event, tentukan tujuan yang ingin dicapai secara spesifik, apakah itu meningkatkan penjualan, memperluas jaringan, atau memperkenalkan produk baru.

2.Kenali Target Audiens: Pahami siapa target audiens dari event Anda sehingga Anda dapat menyusun program yang sesuai dan menarik bagi mereka.

3.Kreatif dalam Konsep dan Eksekusi: Buatlah konsep event yang kreatif dan unik untuk menarik perhatian dan membuatnya berkesan bagi para peserta.

4.Manfaatkan Teknologi: Gunakan teknologi seperti media sosial dan aplikasi event untuk meningkatkan keterlibatan dan memperluas jangkauan event Anda.

5.Jalin Kemitraan Strategis: Kerja sama dengan pihak-pihak terkait atau influencer dapat membantu meningkatkan visibilitas dan keberhasilan event Anda.

6.Evaluasi dan Pelajari: Setelah event selesai, lakukan evaluasi untuk mengevaluasi keberhasilan dan memperbaiki strategi di masa mendatang.

7.Berikan Follow-up: Jangan lupakan peserta setelah event selesai. Berikan follow-up seperti ucapan terima kasih atau penawaran khusus untuk mempertahankan hubungan.

7 Strategi promosi event

1.Lakukan branding event

Branding sangat penting dalam sebuah event karena dengan branding yang dimiliki dapat memberikan dampak positif kepada audiens sebagai penawaran suatu event.

Branding mencakup nama event, logo event, pemilihan warna dan font.

Elemen visual harus digunakan di berbagai media seperti website, media social, email marketing, flyer, poster atau yang lainnya. Adanya tagline yang khusus dapat memperkuat branding sehingga event dapat mudah diingat.

2.Pasang iklan (konvensional dan digital)

Iklan dalam media konvensional, seperti televisi, Koran, majalah, radio dengan menyesuaikan budget. Adapun dengan iklan digital seperti media social seperti iklan di website.

3.Buat website/landing page

Membuat website umumnya memuat informasi secara detail. Situs web bisa berperan sebagai detail penting terkait event atau acara termasuk informasi kontak, lokasi, jadwal, pengisi acara. Dapat digunakan juga untuk pembelian tiket melalui website.

4. Diskon tiket untuk early bird

Tiket untuk event terbagi 3 kategori yaitu early bird, pre sale, dan on the spot. Biasanya tiket on the menjadi paling mahal.

5. Kolaborasi dengan influencer

Dengan bekerja sama dengan influencer salah satu promosi di media social. Adapun menggandeng influencer yang satu topic bahasan atau tema.

6. Buat kontes di media social

Adapun dengan cara membuat postingan terkait event dengan melakukan tag ke beberapa orang. Adapun dengan kontes postingan foto dengan kriteria tertentu. Yang pada akhirnya pemenang bisa mendapatkan tiket gratis nonton event ataupun beberapa hadiah lain, seperti voucher diskon.

7.Email Marketing

Jika ada sudah memiliki database customer atau data pengunjung event sebelumnya, email marketik dapat digunakan untuk memberi tahu customer terkait adanya event baru. Customer bisa menerima pengumuman terbaru soal event tersebut secara langsung melalui email.



Timeline promosi event

3-4 bulan sebelum event

- Luncurkan email marketing, beri diskon khusus
- Tiket early bird
- Posting di media social
- Mulai kerjasama dengan influencer
- Buat website atau landing page
- Mulai buat branding event

6-8 minggu sebelum event

- Terus promosi melalui influencer
- Pasang iklan online
- Mulai perbanyak konten
- Buat konten di media social
- akhiri promosi early bird

3-5 Minggu sebelum event

- Luncurkan promosi tiket pre sale
- Buat tiket di media social
- Lanjutkan iklan online
- Kerjasama dengan akun lain untuk memposting event

1-2 Minggu sebelum event

- Buat hastag khusus terkait event di media social
- Lakukan update konten berkala
- Kembali kerjasama dengan influencer

2-6 hari sebelum event

- Kirim email pengingat untuk yang sudah membeli tiket
- Tingkatkan intensitas konten terkait event
- Lanjutkan promosi di media sosial

Faktor-faktor yang mempengaruhi event marketing adalah:

- **Prinsip 5P**: Produk, harga, tempat, publik, dan positioning
- **Kesesuaian merek, event, dan pasar sasaran**: Event marketing yang efektif harus sesuai dengan merek, event, dan pasar sasaran
- **Pemilihan lokasi**: Lokasi yang strategis dan sesuai sangat penting untuk mencapai hasil yang memuaskan
- **Involvement**: Keterlibatan emosional dengan merek, event, dan pengalaman
- **Intensity**: Keberlanjutan dalam mengadakan event marketing
- **Individuality**: Event yang unik, sesuai dengan pribadi audience, dan memberikan pengalaman yang berbeda
- **Innovation**: Mampu membuat konten yang kreatif, waktu, tempat, serta target audience yang tepat
- **Integrity**: Event dilihat sebagai sesuatu yang mampu membawa manfaat nyata dan nilai yang berarti untuk konsumen

Thank you

😊 **END** 😊

