

Мероприятия, проведенные в рамках шоу-маркетинга

I. Создание программы лояльности для посетителей спортивных мероприятий на стадионе Э. Стрельцова

Стратегическая цель: привлечение посетителей на стадион.

1. Театрализованный розыгрыш подарков перед началом матчей с автографами футболистов
2. Бонусные скидки.
3. При покупке билетов на матч накапливаются бонусы на каждый рубль.
4. При сборе определенного количества бонусов болельщик (посетитель любого мероприятия, проходящего на стадионе) получает вознаграждение в виде скидки на следующий матч, а также подарок – сувенир с автографом известного члена футбольной команды. Даже при одной игре болельщик имеет право на скидки.
5. При покупке абонементов накопительные скидки больше, так как тратится сразу больше денег на абонемент.

Результаты проведенных мероприятий можно получить по запросу.

II. Розничные продажи. Сеть магазинов спортивных товаров

Стратегическая цель – увеличение количества потенциальных покупателей.

1. Шоу-программа: мгновенные подарки, как эффективный способ стимулирования покупок в точках продаж. Покупатели получают мгновенные подарки, или возможность при покупке следующей вещи заработать подарок. Шоу-программа рекламировалась заранее, она состояла как из призов для покупателей, так и из призов для потенциальных покупателей магазинов.
2. После совершения покупки, можно было позвонить по телефону и участвовать в мгновенной лотерее. Это создавало ажиотаж вокруг выигрыших, а также поднимало эмоциональное настроение у окружающих.
3. Интерактивный способ получения подарков. После приобретения товара, покупатель получал PIN-код для входа на сайте магазина, где с помощью игры, размещенной на сайте, получал возможность выиграть какой-нибудь спортивный товар. При входе через PIN-код, покупатель должен был ввести свои данные: имя, эл. адрес и т.д. Это дало возможность собирать базу данных по покупателям, чтобы в дальнейшем задействовать ее в других рекламных акциях.

Результаты проведенных мероприятий можно получить по запросу.

III. **Расширение посещаемости сети отелей Греции**

Стратегическая цель – популяризация греческого отдыха среди русских туристов.

1. Были выбраны отели с наибольшим количеством русскоговорящих туристов. Мероприятия проводились по заказу принимающей стороны в Греции.
2. Основной целью явилось создание эмоционального впечатления у русских туристов о доброжелательности и радушии греков.
3. В мероприятиях участвовали певцы, артисты, журналисты, операторы из России, а также танцоры из Греции.
4. Идея мероприятий состояла в том, чтобы русские туристы почувствовали себя «как дома».
5. Одновременно с концертными мероприятиями проводились розыгрыши, а также организовывались скидки на меню в ресторанах отелей для русских туристов.

Результаты проведенных мероприятий можно получить по запросу.