

Маркетинговое исследование

Event-агентство по организации праздников
(Демо-версия)



Компания «ПКР» является одним из лидеров на рынке предоставления консалтинговых услуг для бизнеса в Санкт-Петербурге. За годы успешной работы компания осуществила сотни проектов в различных отраслях экономики, оказывая консультационную поддержку, как лидерам российского бизнеса, так и начинающим предпринимателям. Результаты маркетинговых исследований представляют собой основу для принятия решения об организации предприятия, освоении нового сегмента рынка, расширении торговых площадей, открытии филиала или представительства в другом регионе, расширении товарной линейки и т.д. Все эти решения связаны с вложением денег, а значит и с неизменным риском их потери. Именно для того, чтобы минимизировать вероятность потери вложенных средств, обосновать инвестиционные вложения и дать более четкие сроки их возврата, мы проводим исследования.



Разработчик исследования: Компания «ПКР», (812) 363 4899, 363 4896, www.prcs.ru

Уведомление о конфиденциальности

Настоящим уведомляем, что информация, содержащаяся в данном документе, является конфиденциальной.

Правом собственности на данный документ обладает инициатор проекта указанный в данном бизнес-плане.

Разглашение сведений, содержащихся в данном документе, а также частичное или полное копирование возможно только при наличии разрешения собственника.

Содержание

1. Анализ рынка event - индустрии	3
1.1. Структура рынка event-индустрии.....	3
1.2. Основные тенденции рынка event-индустрии.....	4
1.3. Влияние финансового кризиса на деятельность event-агентств:	5
1.4. Перспективы развития рынка event-индустрии	6
1.5. Развитие event-индустрии в Санкт-Петербурге.....	6
1.6. Основные event – агентства Санкт-Петербурга.....	8
2. Предлагаемая концепция event - агенства	12
3. Маркетинговая стратегия event - агентств	13
3.1. Позиционирование компании	13
3.2. Стратегии выхода event – агентства на рынок	15
3.3. Мероприятия по осуществлению и эффективному продвижению проекта	16
3.4. Мероприятия по стимулированию продаж.....	16
4. Выводы	16
О ПКР	17

1. Анализ рынка event - индустрии

1.1. Структура рынка event-индустрии

Рынок event-услуг в России на сегодняшний день является одним из наиболее динамично развивающихся. Несмотря на кризис, количество клиентов event-агентств растет. Емкость российского рынка организации праздничных мероприятий и event-услуг составляет более **\$XXX** млн. Бюджеты, закладываемые на проведение такого рода мероприятий, растут из года в год, и соответственно растут доходы от event-услуг. Рынок данных услуг в среднем ежегодно увеличивается на **XX%**, однако темпы роста сокращаются, и сегодня рост рынка оценивается не более чем в **XX%**.

. По данным маркетинговых исследований, в структуре агентств, работающих на столичном рынке, по направлениям деятельности около **XX%** занимаются проведением мероприятий и банкетов. Около трети компаний предоставляет исключительно техническое обеспечение различных event-мероприятий. По специализации в сферу деятельности наибольшего количества агентств входит организация праздничных мероприятий, доля таких компаний составляет порядка **XX%**. По **XX%** занимают компании, занимающиеся организацией концертов, гастролой, фестивалей, спортивных мероприятий, а также проведением различных съездов, конференций и выставок. Около **XX%** агентств проводят корпоративное обучение, различные тренинги и семинары. На компании, которые занимаются интенсивным туризмом и проведением зарубежных выставок в сумме приходится не более **XX%**.

Event-индустрия, как молодая отрасль на российском рынке, в своем развитии преодолевает ряд трудностей и обладает специфическими особенностями. Рынок пока еще не сложился, клиенты до сих пор не построили с агентствами долгосрочных связей.

Его очень трудно структурировать и измерить с помощью строгих критериев, будь то объем рынка, обороты, количество игроков. Поэтому, чтобы понять, что происходит в данный момент в event - индустрии, отследить, на какой стадии находится развитие этой отрасли сегодня и каковы ее перспективы, целесообразно сосредоточить внимание на тенденциях рынка.

Главной особенностью рынка event-индустрии является сезонность спроса. Востребованность того или иного вида event-услуг во многом определяется временем года. Декабрь – это традиционный месяц корпоративных Новых годов, весной и осенью наиболее актуальны деловые мероприятия, а лето – это сезон подъема спроса на hr. «Высокий сезон» для клиентских мероприятий – лето и ранняя осень: летом удобнее проводить массовые мероприятия, так как это позволяет существенно снизить стоимость контакта, а осенью начинается новый маркетинговый сезон. Официальные же мероприятия распределены по сезонам достаточно равномерно.

1.2. Основные тенденции рынка event-индустрии

К основным тенденциям рынка можно отнести следующие:

Специализация, сегментация компаний по типу оказываемых услуг

Специализированных event-агентств на российском рынке всего около 20%. Универсальные компании составляют 80%. Специализация уже начинает происходить в крупных городах (Москва,

Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург и т.д.). В регионах клиент пока не готов к появлению узкоспециализированных агентств, но это вопрос времени.

Специализация компаний event-индустрии

- Event-агентства универсальной специализации
- Узкоспециализированные event-агентства

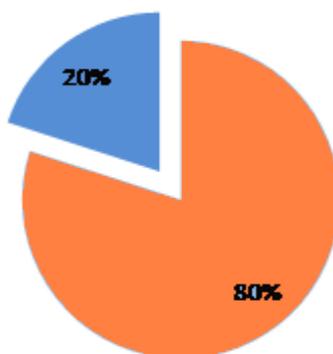


Рисунок 1. Специализация компаний event-индустрии

Рынок не является структурированным и цивилизованным

Около 90% event-компаний находятся в тени при обороте, который по некоторым оценкам превышает 300 млн. долларов в год. По мнению экспертов, компании вынуждены идти на такие меры по причинам отсутствия законодательных и рыночных регуляторов event-бизнеса. Это приводит к хаосу в ценообразовании.

Увеличение числа универсальных независимых event-агентств, создание сетей, ужесточение конкуренции

Рынок обладает большими перспективами роста. В силу этой причины, растет число компаний, желающих развиваться в сфере event-индустрии.

Появление западных операторов, заинтересованных в выходе на российский рынок, Московские компании распространяются в регионы

Хаос в ценообразовании

Event-агентства, которые широко себя рекламируют и стоят на потоке, как правило, готовы активно разрабатывать сценарии мероприятий. Стоимость услуг достаточно высокая и зависит, в основном, от оценки агентством кредитоспособности клиента и собственной самооценки.

Однако, существует и множество мелких агентств, которые работают по низким ценам, пользуясь нестабильностью рынка и отсутствием критериев ценообразования. Иногда такие агентства в состоянии разработать нешаблонную идею мероприятия, но существует большой риск ее некачественной реализации.

Сложности в законодательстве

Одной из причин нестабильности рынка event-услуг можно назвать отсутствие понимания государством необходимости поощрять траты компаний на проведение корпоративных мероприятий. Закон не позволяет относить расходы компании на мероприятия в себестоимость. Компания, которая организывает event-мероприятия любого масштаба, вынуждена платить из прибыли (соответственно, платить налог на прибыль). Заказчик пытается минимизировать расходы, в результате получая не совсем качественный результат. Договоры, которые подписываются с event-агентством, часто вообще не отражают характер предоставляемых услуг.