

EventEvaluator™

zielone światło dla eventów

***Czy pamiętasz sponsorów ostatniego eventu, w którym brałeś udział?
Jak wpłynął on na opinie uczestników o marce sponsora? Czy mankamenty
organizacyjne nie przysłoniły strategicznego przekazu?
A jaki był buzzindex – zasięg word-of-mouth?***

EventEvaluator™. Pierwsze narzędzie do ewaluacji i optymalizacji eventów.

Firma NUQ Research, wchodząca w skład Grupy IQS, oferuje wystandaryzowane narzędzie badawcze, które pozwala efektywnie zarządzać eventami. Produkt doskonale sprawdza się przy okazji imprez masowych, ale także przy imprezach zamkniętych, targach, konferencjach czy akcjach promocyjnych w punktach sprzedaży.

„Rynek eventów stał się niezwykle bogaty. Latem, w każdy weekend o uwagę konsumentów konkurują ze sobą dziesiątki imprez. Okazuje się wówczas, że bezpośrednią konkurencję stanowią już nie tylko firmy z tej samej branży, ale również gracze na co dzień nie brani pod uwagę. Piwo konkuruje z papierosami, banki z operatorami sieci komórkowych, a koncern samochodowy ze stacją radiową” – mówi Tomasz Jędrkiewicz, prezes firmy NUQ Research. „Nakłady na eventy są coraz większe, ale rosną też oczekiwania konsumentów. W tej sytuacji coraz silniejsza jest presja dysponentów budżetów, zarządców firm czy dyrektorów finansowych na to, by uzyskać nie tylko obiektywną, szczegółową ocenę efektywności działań, ale również rekomendacje pozwalające na lepsze dopasowanie ich do celów strategicznych oraz optymalizację kosztów. Wszystko to dostarczamy dzięki EventEvaluatorowi”.

EventEvaluator był wykorzystywany przy strategicznych projektach eventowych m.in. dla Polskiej Telefonii Cyfrowej (operatora sieci Era), Carlsberg Polska czy wiodących producentów napojów i alkoholi.

Metodologia narzędzia opiera się na kompilacji zróżnicowanych metod badawczych: badań ilościowych, etnografii oraz etnografii wirtualnej. Podstawę stanowią dwie nierozłącznie powiązane części: badanie sondażowe wśród uczestników eventu (realizowane w trakcie jego trwania lub bezpośrednio po zakończeniu) oraz uczestnicząca obserwacja

etnograficzna. Badanie ilościowe pozwala na uzyskanie „twardych”, obiektywnych ocen. Etnografia – na pogłębioną interpretację wyników oraz sformułowanie praktycznych rekomendacji.

„Ogromną przewagą badań EventEvaluator jest to, że oferują z jednej strony porównywalność wskaźników i ocen, z drugiej elastyczność pozwalającą na precyzyjne dostosowanie narzędzia do charakteru i przebiegu badanego wydarzenia oraz modeli marketingowych i procesów decyzyjnych stosowanych przez naszych klientów” – podkreśla Tomasz Jędrkiewicz.

EventEvaluator to także analizy zawartości Internetu: co się „pisze” o danym wydarzeniu przed i po, jak jest oceniane i komentowane. Czy potencjalni uczestnicy mogli bez problemu dotrzeć do wszystkich ważnych informacji? Czy to, czym dzielili się ze znajomymi to głównie pozytywy czy negatywy? Czy organizator zadbał o stworzenie „photo opportunities”, dzięki którym zdjęcia z imprezy publikowane w sieci są rozpoznawalne na pierwszy rzut oka?

Oznacza to, że narzędzie, które proponuje firma NUQ umożliwia nie tylko optymalizację podjętych działań względem poniesionych kosztów, ale także dostarcza inspiracji, wskazując kierunki rozwoju dla kolejnych wydarzeń eventowych.

Kontakt dla mediów:



Aneta Jaworska
tel. 663-88-44-68
aneta.jaworska@iqs-quant.com.pl