



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	31.12.2010
Tekijä(t)	Sauli Kosonen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	70 s. + liitteet
Otsikko	TAPAHTUMAMARKKINOINNILLA LÄHEMMÄKSI ASIAKASTA – Yrityksen tapahtumamarkkinointikiertueen vastaanotto		
Ohjaaja(t)	KTT Ulla Hakala; KTT Juha Panula		

Tiivistelmä

Tämä tutkielma käsittelee tapahtumamarkkinointia markkinointiviestinnän keinona. Tutkielma suoritettiin toimeksiantona palvelualan yritykselle sen suorittamaan tapahtumamarkkinointikiertueeseen liittyen. Tapahtumamarkkinointi valikoitui tutkimuskohteeksi sen ollessa melko vähän tutkittu aihe ja sen käytön ollessa hyvin nuorta osana toimeksiantajayrityksen markkinointiviestintää. Tutkielman tarkoituksena on selvittää **miten kuluttajat kokevat tapahtumamarkkinoinnin osana palveluyrityksen markkinointiviestintää**. Tutkielman tarkoitus jakautuu kahteen osaongelmaan seuraavasti:

1. Miten tapahtumamarkkinointia voidaan toteuttaa osana palveluyrityksen markkinointiviestintää?
2. Kuinka kuluttajat kokivat Yrityksen tapahtumakiertueen?

Tutkimus toteutettiin lähettämällä sähköinen kysely niille toimeksiantajayrityksen tapahtumamarkkinointikiertueeseen osallistuneille, jotka jättivät yhteystietolomakkeeseen sähköpostiosoitteensa. Tapahtumamarkkinointikiertue koostui viidestä erillisestä saman teeman ympärille rakennetusta tapahtumasta pääkaupunkiseudun ostoskeskuksissa. Kaikissa tapahtumissa oli läsnä yrityksen asiantuntijoita. Kyselyssä esitettyjen väittämien ja avoimien kysymysten avulla pyrittiin kartoittamaan vastaajien mielipiteitä tapahtumamarkkinoinnista, sen sopivuudesta toimeksiantajayritykselle sekä kyseisen kiertueen onnistumisesta. Tapahtumamarkkinointi koettiin pääosin miellyttäväksi markkinointikeinoksi ja sen koettiin tuovan toimeksiantajayritystä lähemmäksi asiakkaitaan. Lisäksi tapahtumat miellettiin hyväksi keinoiksi saada luotettavan tuntuista informaatiota toimeksiantajayrityksen palveluista.

Tapahtumamarkkinointia voidaan tutkielman tulosten perusteella suositella niin toimeksiantajayritykselle kuin muillekin palvelualojen yrityksille. Tapahtumamarkkinointi antaa lähtökohtaisesti hyvät mahdollisuudet markkinointiviestinnän prosessin menestyksekkääseen läpivientiin. Erityistä huomiota on kuitenkin kiinnitettävä tapahtuman järjestämisen koko prosessiin: suunnitteluun, toteuttamiseen ja jälkiseurantaan. Yrityksen markkinointistrategiaan sitoutuminen, integrointi muiden markkinointiviestinnän keinojen kanssa, oikean kohdeyleisön tavoittaminen, sisäinen markkinointi, brändin ja palvelukonseptin luova yhdistäminen sekä riittävät resurssit tulosten seuraamiseksi antavat mahdollisuudet käyttää tapahtumamarkkinointia tehokkaana ja luonnollisena osana toimeksiantajayrityksen markkinointiviestintää.

Asiasanat	Tapahtumamarkkinointi, markkinointiviestintä, markkinointi
Muita tietoja	