



**ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ
МЕРОПРИЯТИЙ
(EVENT MANAGEMENT)**

В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ РАБОТА ВО ВРЕМЯ МЕРОПРИЯТИЯ?

- Общая координация мероприятия**
- Контроль и управление сервисом места, где проходит мероприятие, вспомогательным, техническим персоналом и пр.**
- Техническое ассистирование.**
- Координация перемещений участников (на обед, на кофе), управление паузами/**
- Поддержание порядка.**
- Анкетирование участников.**
- Фотосъемка.**



Что необходимо сделать после мероприятия?

- **Написать отчет.**
- **Проанализировать оценочные анкеты участников.**
- **Подготовить выводы, результат работы мероприятия, достижения или задачи.**
- **Подготовить статистический анализ состава участников, опубликовать фотоотчет о мероприятии. (I-net)**
- **Подготовить окончательную и уточненную базу с контактами всех участников мероприятия.**
- **Провести анализ самого проекта с точки зрения организации и рекомендации для следующих мероприятий.**
- **Благодарственные письма**



КЛАССИФИКАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

Тип мероприятия	Результаты для участников	Результаты для организаторов
Выездные мероприятия Презентации Мероприятия по стимулированию сбыта	Получение информации о новинках Получение особых условий для покупок	Увеличение объемов продаж Повышение лояльности существующих Клиентов и партнеров Привлечение новых Клиентов и партнеров
Развлекательные Корпоративные праздники Внутрикorporативные мероприятия для развития командного духа	Развлечение Общение Укрепление связей внутри коллектива	Повышение лояльности работников Привлечение внимания прессы
Торжественные Банкеты, фуршеты Юбилей Прием VIP-гостей	Формирование традиций Общение Поддержание статуса	Повышение собственного статуса
Благотворительные Благотворительные обеды, концерты Акции по сбору средств	Возможность помочь нуждающимся Развлечение Общение	Демонстрация социальной ответственности Возможность помочь нуждающимся Привлечение внимания прессы
Массовые Городские праздники Фестивали Выставки Концерты	Развлечение Общение	Привлечение туристов, спонсоров Поддержка культуры Демонстрация социальной ответственности



Аудитория

- **внутренняя;**
- **внешняя;**
- **комбинированная.**

Цели и задачи мероприятия

- **В чём отличие?**



МАРКЕТИНГОВЫЙ МУЛЬТИПЛИКАТОР.



ИССЛЕДОВАНИЯ И ДРУГИЕ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ РАБОТЫ

- ▣ **Исследования и анализ других мероприятий**
- ▣ **Опросы, анкеты:**
 - **О чем спрашивать в анкете?**
 - **Экспертное мнение**
 - **Как добиться ответов?**
 - **Стимулирование ответов**



ИНСТРУМЕНТАРИЙ

- ▣ **Мозговой штурм**
- ▣ **Документация идей**
- ▣ **Конкурс идей**
- ▣ **Творческое влияние извне**
- ▣ **Выбор концепции мероприятия**
 - **Творческие идеи должны соответствовать целям мероприятия.**
 - **общая выполнимость проекта**
 - **соответствие ограничениям бюджета**
 - **достаточная численность персонала и его квалификация**
 - **правильный расчет времени**

***Выбор лиц вашего мероприятия,
делегирование полномочий***



СТРАХИ КЛИЕНТОВ

- **Бесполезно.**
- **Потеря времени.**
- **Потеря денег.**
- **Плохой сервис.**
- **Технические проблемы.**
- **Скучный сценарий.**
- **Несогласованность действий организаторов.**
- **Оскорбительно дешевые подарки.**



ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНЫХ ВПЕЧАТЛЕНИЙ И ВОСПОМИНАНИЙ



ПЛАНИРОВАНИЕ ВРЕМЕНИ И РАСПИСАНИЯ

□ Планирование времени

- время года;
- день недели;
- время дня.

□ Расписание *Расписание*

Действие (что)	Время (когда)	Место (где)	Ответственные (кто)
7 августа			
Перевозка всех вещей из офиса	18.00	Офис компании – гостиница	А.Иванова, Е.Осипова, Н.Белова, 2 ассистента (А.Захаров, Э.Коваленко)
Общий сбор	19.30	Холл перед залом 1	Сотрудники Eventum, ассистенты, Заказчик (если понадобятся)
Размещение баннеров спонсоров, плаката конференции, установка оборудования	20.00	Зал 1, 2, 3; холл рядом с залом 1	А.Иванова, зал 1; Н.Белова, холл; Е.Осипова, залы 2, 3

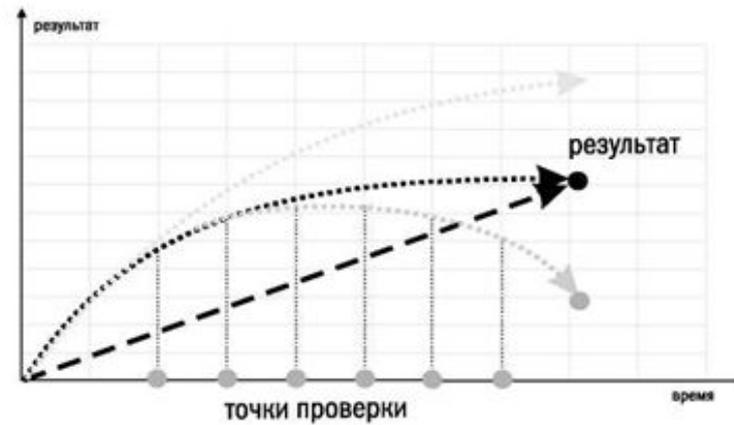
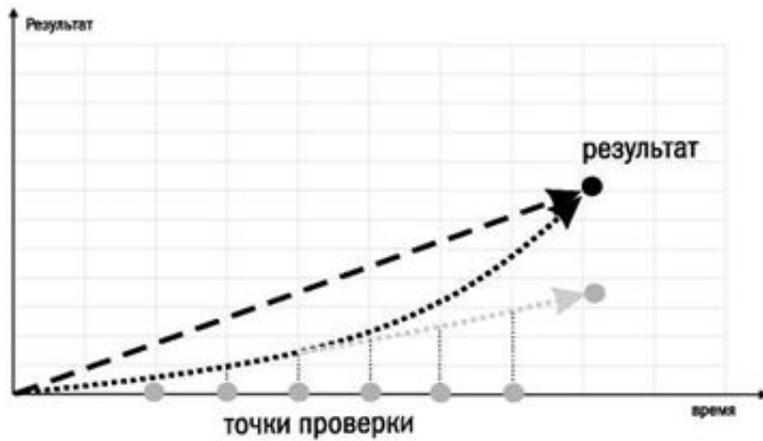
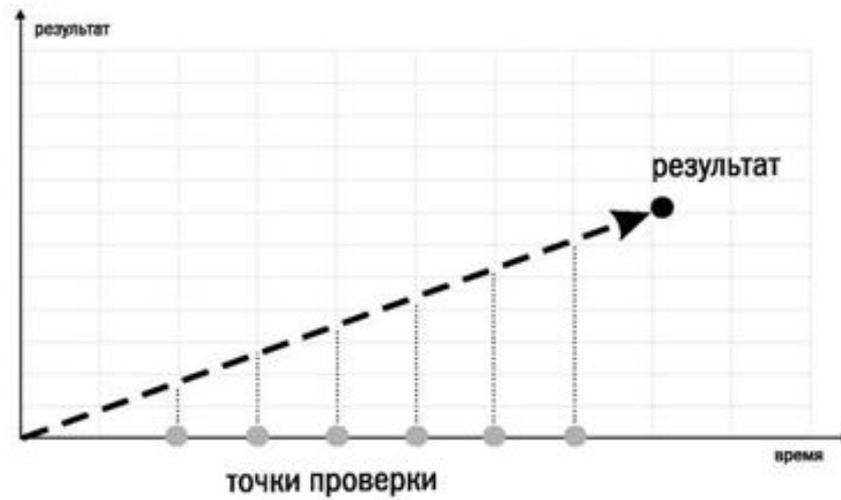


ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ:

- ▣ цели и задачи мероприятия;
- ▣ концепция мероприятия;
- ▣ время и место проведения;
- ▣ *... время и темп исполнения ...* ????



ВРЕМЯ И ТЕМП ИСПОЛНЕНИЯ



ПРИМЕРЫ КАЛЕНДАРНОГО ПЛАНА РАБОТ

Время	Действие	Результат
9 недель до мероприятия	Бронирование зала	Ok
	Подготовка дизайна сайта	Ok
	Утверждение концепции	Ok
	Перевод материалов на английский язык	Ok
	Макетирование буклета	Ok
	Рассылка приглашений потенциальным докладчикам-спонсорам	Ok
	Рассылка предложений о сотрудничестве партнерам	Ok
6 недель до мероприятия	Рассылка писем потенциальным участникам за границу	Ok
	Подготовка базы данных для рассылки буклета	Ok
	Утверждение программы	Ok
	Привлечение спонсоров, партнеров и пр.	Ok
	Печать буклета, конвертов	Ok
4 недели до мероприятия	Распространение пресс-релизов	
	Разработка рекламных макетов для прессы и других партнеров	
	Рассылка буклетов	
	Рекламная кампания в СМИ и Интернете	
	Распространение пресс-релизов	
	Регистрация участников, бухгалтерское обслуживание	
2 недели до мероприятия	Телемаркетинг	
	Заказ сувениров и пр.	
	Получение презентаций от докладчиков	
	Аккредитация прессы	
	Рекламная кампания	
	Заказ оборудования, перевода и пр.	
	Регистрация участников и прессы	

Рекомендованные мероприятия	Срок	Ответственное лицо	Комментарии
Написание задания подрядчикам, ответственным за мероприятие: сценарий, свет, звук, кейтеринг, гардероб, развлекательная часть, фотоотчет и пр.			
Разработка меню мероприятия			
Разработка/заказ подарков гостям мероприятия			
Разработка/заказ подарков Клиентам модели Jetta (количество рассчитывается исходя из планов продаж модели)			
Заказ достаточного количества информационного и рекламного материала в салоне дилера (каталоги и прайс-листы по модели, буклеты по предоставляемым услугам в салоне дилера)			
Согласование			
Согласование всех элементов подготовки к мероприятию (сценарий, тексты выступлений) и макетов (пригласительные, оформление места проведения, сувенирная продукция и пр.)			
Рекламная кампания			
Разработать рекламную кампанию, анонсирующую появление автомобиля в салоне, с приглашением Клиентов на индивидуальный тест-драйв			
Согласование рекламной кампании			
Согласование медиаплана кампании и макетов (наружная, печатная, радио-, интернет-, ТВ-реклама)			
Приглашения			
Составить список гостей, которых необходимо пригласить на мероприятие (возможно, сделать предварительный обзвон, чтобы проверить базу данных на наличие верных адресов). Рассылка приглашений			
Этап проведения кампании. 7 дней до мероприятия			
Оформление зоны продаж			
Для этого используются POS-материалы: панно, плакаты для стендеров			

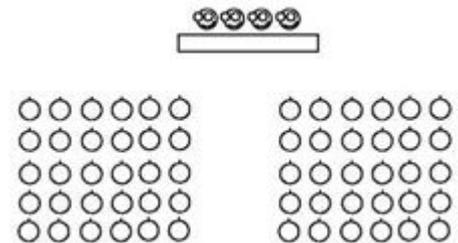
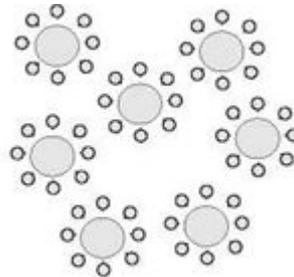
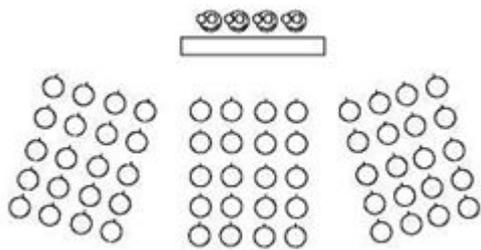


□ Спонсорство

- *Технический Спонсор*
- *Информационный спонсор*
- *Финансовый спонсор*

□ Выбор места проведения мероприятия

□ Примеры рассадки:



НЕОБХОДИМЫЕ КАЧЕСТВА ОРГАНИЗАТОРА МЕРОПРИЯТИЯ:

- Спокойствие**
- Внимательность**
- Дружелюбие**
- Находчивость**
- Компетентность**
- «паранойя»**



ФИНАНСОВАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ МЕРОПРИЯТИЙ

- ▣ мероприятия, непосредственно приносящие прибыль
- ▣ самоокупающиеся мероприятия
- ▣ мероприятия, опосредованно приносящие прибыль
- ▣ неприбыльные или планово убыточные мероприятия



□ **Рекламная кампания и PR-кампания. В чём
разница?**

... и как сделать мероприятие еврейским? 😊

