

## Основной функционал и примеры работ event-менеджера в коммерческой организации



# KTO TAKOЙ EVENTMANAGER?

Event-менеджер занимается организацией и проведением торжественных мероприятий как для частных, так и для юридических лиц. Он обдумывает концепцию будущего праздника с учетом общепринятых стандартов и пожеланий заказчика, ведет переговоры с арендаторами помещений, ресторанами, концертными агентствами, отелями, турфирмами и т. д.

#### Основной функционал

#### **\*** 01

Планирование, согласование, осуществление и контроль мероприятий (PR-мероприятия, конференции, пресс-конференции, благотворительные акции, нестандартные мероприятия).

Управление взаимоотношениями с эвент- и PR-агентствами и оценка эффективности сотрудничества.

#### ₩ 03

Разработка и реализация концепций, идей, механик и сценариев мероприятий, соответствующих поставленным целям, посредством тесного сотрудничества с эвент- и PR-агентствами.

Оценка эффективности мероприятий, поиск путей их совершенствования.



#### Основной функционал



Постоянный мониторинг происходящих в эвент-индустрии изменений (ведущие эвентагентства), отраслевых трендов и инноваций.

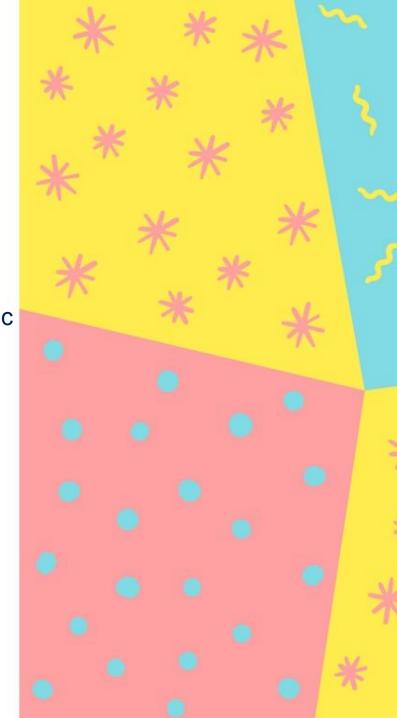
#### \* 06

Участие в процедурах закупки услуг, подготовка тендерной документации, тесное сотрудничество с департаментом закупок с целью достижения наилучшего соотношения «задача-бюджет-результат».

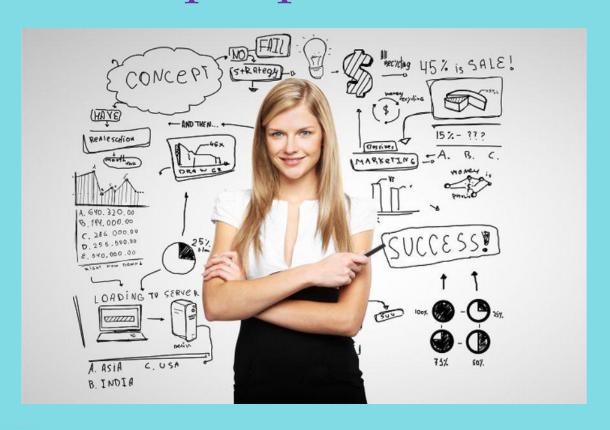
Построение отношений с другими департаментами компании: участие в профессиональных клубах, общих встречах, церемониях и т. д.

#### **\*** 08

Ведение спонсорских проектов: разработка спонсорской стратегии; постановка коммуникационных целей (включая позиционирование бренда, уровень его узнаваемости); размещение промо-материалов в



## Пошаговый план реализации мероприятия



#### Мероприятия

- •Частные
  - День рождения
  - Свадьба
  - Любое частное мероприятие Заказчика
- •Корпоративные
  - Развлекательные
  - •Деловые
  - Командообразующие

#### Мероприятия

- Частные мероприятия: заказчик физическое лицо. Основа личные предпочтения.
- Корпоративные мероприятия:
  заказчики юридические лица. Основа
  корпоративная культура компании.

#### Цели

#### Частные мероприятия

- Совместный отдых
- Сохранение семейных традиций

#### Корпоративные мероприятия:

- Совместный отдых сотрудников
- Информирование клиентов о продукте
- Обучение сотрудников
- Продажи
- Сплочение коллектива и т.п.

Жизненный цикл мероприятия = жизненный цикл проекта. Следовательно, можно рассматривать работ над мероприятием как над проектом!

- •Исследование
- •Разработка
- •Планирование
- •Реализация и координация
- •Анализ



#### Стадия исследования

#### Рассмотрим пример

- Заказчиком является компания, которая сдает в аренду, а также обеспечивает сервисное обслуживание крупных строительных машин.
   Офис компании находится за городом, потому что именно там есть площади, необходимые для стоянки и сервиса машин.
- На мероприятие приглашены как зарубежные гости, сотрудники аналогичных зарубежных компаний, так и российские коллеги. Зарубежные гости впервые в России. Им требуется ознакомиться, в первую очередь, с представленными в филиале строительными машинами. Но также хотелось бы и Москву посмотреть...
- Российские коллеги в основной массе сотрудники московских компаний.
- Мероприятие проходит в середине сентября. Погода очень неустойчива.
- Количество приглашенных 200 человек. 100 зарубежных и 100 россиян.
- В офисе предприятия не достроена столовая, она не функционирует вообще. Площадей внутри здания для сбора 200 человек нет. Территория вокруг здания, где стоят машины, может вместить до 500 человек.
- День открытия четко определен компанией (это День рождения

#### Стадия Разработки

 Первое действие:Описать концепцию мероприятия в рамках выбранной тематики простыми словами, понятными



#### Второе действие:разбить мероприятия на составные части и методом «Мозговой штурм» наполнить их.

#### ПРИМЕР:

- 1. Встреча гостей, размещение, трансфер
- 2. Открытие. Деловая часть.
- Установить шатры. Заказать кейтеринг.

Изготовить печатную продукцию.

- Изготовить баннеры, пресс-вол.
- Музыкальная аппаратура, ди-джей, хороший микрофон для спикеров.
- Ведущий.
- Фотограф
- Изготовление корпоративного ролика и т.п.
- 3. Развлекательная часть.
- Русский народный коллектив. Каравай.
- Музыкальная аппаратура. Ди-джей. Ведущий и т.п.
- 4. Трансфер в отель. Трансфер в аэропорт.

#### Стадия Планирования

Задача event-агентства – составить 2 вида планов

- •Сценарный
- •Технический календарно-ресурсный



#### Сценарный план

#### Пример:

- Деловая часть.
- 8.45. Состояние площадки: шатры собраны. Выделена зона для регистрации гостей. Установлено 3 стола.
- Таблички для регистрации
- А- 3 (регистратор Иванов)
- И П (регистратор Петров)
- Р Я (регистратор Сидоров)
- Установлена музыкальная аппаратура. Микрофон проверен. Ведущий ожидает прибытия гостей.
- 09.00 Прибытие гостей. Встреча (хостес). Регистрация.

### Технический календарно-ресурсный план

#### Пример

- Деловая часть.
- 06.00 Прибытие «шатровиков». Монтаж. Установка.
- 07.30 Прибытие звукорежиссера. Установка звуковой аппаратуры. Завоз мебели на площадку. Оформление зоны регистрации.
- Установка табличек для регистрации
- A 3
- N − □
- P Я
- 08.00 Прибытие ведущего. Проверка микрофона. Прибытие регистраторов для работы в своей зоне.
- 13.30 Демонтаж шатров, музыкального оборудования. Разборка мебели.
- 15.00 Убытие с площадки.

#### Стадия Реализация и координация

Основная задача event-агентства на данной стадии – провести и проконтролировать исполнение сценарного плана. Работа на мероприятии.

На стадии Реализация и координация требуется учесть риски.



- •Технические
- •Человеческого фактора

#### Стадия Анализ

- •Анализ Работы
  - •С заказчиком
    - •Достигнута ли цель
    - •Выявление ошибок

  - •С подрядчиками •Выявление добросовестных и не очень