



**Клиентоориентированность и продвижение
услуги**

Здесь мы будем отвечать на два вопроса

КТО?

- Кто заказчик, зритель и участник наших мероприятий.
- Какие признаки - социальные, психологические, географические объединяют наших гостей.

И неважно, сколько их. Сто или сто тысяч – у них должно быть что-то общее.

ЧТО?

Что составляет основу качества нашего мероприятия?



Портрет получателя услуг



Заказчики и участники гражданско-патриотических мероприятий (Задание №1)

Заказчик	Участник / Получатель услуг	Требования к содержанию
Педагоги	Педагоги	
Родители	Родители	
Дети	Дети	
Молодежь	Молодежь	
Общественность	Общественность	
Депутатский корпус	Депутатский корпус	
Министерства и ведомства	Министерства и ведомства	

Мероприятие как услуга. Какие факторы определяют ценность?

- **Базовые ценности** – КОНЦЕПТ, СОДЕРЖАНИЕ, ЦЕЛОСТНОСТЬ, РЕСУРСОЕМКОСТЬ
- **Постоянные ценности** – ИМИДЖ ОРГАНИЗАЦИИ, СЛОЖИВШИЙСЯ ИМИДЖ МЕРОПРИЯТИЯ, ЕСЛИ ОНО ПРОВОДИТСЯ РЕГУЛЯРНО.
- **Временные ценности** – НОВИЗНА, МОДА, ПРЕСТИЖ
- **Сопутствующие ценности** – СЕЗОННОСТЬ
- **Привнесенные ценности** – РЕКЛАМА, СЛУХИ, МНЕНИЯ, ЖИЗНЕННЫЙ ОПЫТ
- **Универсальные ценности** – ТЕХНОЛОГИЧНОСТЬ, КОМФОРТ, ОРГАНИЗОВАННОСТЬ

Из чего складывается качество?

С чем работает организатор?

- **Технические факторы** (использование современных конструкций и дизайна, новые технологии, синтез нового и привычного, организация рабочего пространства и пространства зрителя).
- **Экономические факторы** (затраты на производство, цена билета).
- **Социальные факторы** (учет возрастных, профессиональных и других социальных особенностей аудитории, слаженность работы персонала, профессионализм команды).

Условия, на которые реагирует зритель?

Показатели, на которые реагирует зритель?

- **Гигиенические показатели** - освещенность, температура, давление, влажность
- **Антропометрические** - мебель, пульты или карточки для голосования, микрофон в зале и др.
- **Психофизиологические** - восприятие и обработка информации: скоростные и силовые возможности, пороги слуха, зрения и т.п.
- **Физиологические** - допустимые физические нагрузки на различные органы человека.
- **Эстетические** - информационная выразительность, рациональность формы, целостность композиции, совершенство исполнения, внешний вид.
- **Сенсорные характеристики** - свет, цветовая гамма, звук, тембр голоса.

Удобство и комфорт

- Удобное место и время проведения
 - Транспортная схема
 - Парковка
 - Условия проживания
 - Питание
 - Уютная атмосфера, удобные кресла
 - Информационные стенды, афиши, программки, карта мероприятия
 - Соблюдение времени
 - Наличие переводчика, информационных стендов на английском на международных мероприятиях
 - Кондиционирование
 - WI-FI
 - Телефонная связь
 - Изолированные помещения, когда работает несколько площадок
- Учитывайте мелочи! Ничто так не портит впечатления, как не вовремя поданный автобус или нехватка мест в зале.***

Из чего складывается оценка качества вашего мероприятия получателем услуг?

Задание №2

- Определите приоритеты в критериях, по которым оценивают качество мероприятий разные категории зрителей/участников

