EVENT MANAGEMENT

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

ОБУЧАЮЩИЙ КУРС ДЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ ЗИМНЕЙ СМЕНЫ 2017 МОЛОДЕЖНОГО ПРОЕКТА «КОМОК»

ЧТО ТАКОЕ MARKETING, EVENT MANAGEMENT И EVENT MARKETING?

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Ма́рке́тинг (от англ. ***marketing*** — в буквальном переводе с английского означает «действие на рынке», «рыночную деятельность») — это набор действий, направленная на создание и продвижение продукта или услуги на рынке с целью получения создателем выгоды (коммерческой, репутационной и т.д.
Перед тем как говорить про event management стоит определиться, в чем отличие между **event менеджментом** и **событийным маркетингом**?

Event management (от англ. **event** - «событие») - это полный комплекс мероприятий по созданию корпоративных и массовых событий. Причем если первые направлены на укрепление внутрикорпоративного духа, то вторые оказывают мощную поддержку рекламным и PR-кампаниям.

Event marketing или **событийный маркетинг** – один из наиболее эффективных инструментов для продвижения бренда, а также формирования общего корпоративного имиджа. Подобное привлечение внимания к бренду, услугам или продукту – прекрасная возможность донести необходимую информацию для клиентов, сотрудников и партнеров.

Таким образом понятно, что **event менеджмент** понятие более широкое и всеобъемлющие, в то время как **событийный маркетинг** — это вполне конкретный формат мероприятий.

ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Исторические факты гласят: первые развлекательные мероприятия появились еще в начале 19-го века. Тогда началась продажа билетов на различные соревнования в профессиональном спорте. При этом и Олимпийские игры, например, в Древней Греции, или различные состязания в Древнем Риме тоже могут быть отнесены к развлечениям.

Культовый event-менеджер Джо Голдблаттом доказал, что профессия организатора различных развлекательных мероприятий берет свое начало с 20-го века (1955 год – открытие «Диснейленда»).

Профессиональные event-компании в России начали свою деятельность только в 90-е годы 20-го века. В связи со спецификой этой сферы деятельности получалось так, что бОльшая часть специалистов была из шоу-бизнеса. Поэтому некоторые мероприятия проводились в те годы не ради пользы, а для обычной галочки.

EVENT’ЩИК – КТО ОН?

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

К сожалению, учебных заведений, где бы готовили таких специалистов, не существует. Этой профессией обычно овладевают творческие люди (художники, психологи, рекламисты и педагоги). В большинстве случаев люди без специального образования получают профессию «event-менеджер».
Можно с уверенностью сказать, что работа менеджера данной категории – его образ жизни. Именно поэтому человек, избравший эту профессию, должен обладать качествами, напрямую перекликающимися с его профессиональной деятельностью.

Необходимые личностные качества event-менеджера:

- открытый и жизнерадостный характер;
- Коммуникабельность и располагающая внешность (харизма);
- творческие и художественные способности;
- аналитическое и креативное мышление;
- высокая работоспособность и стрессоустойчивость;
- лидерские качества;
- организаторские способности;
- готовность к самосовершенствованию.

ПОВОД ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Виды мероприятий:

- Культурно-массовые / зрелищные – церемонии, торжества, концерты и музыкальные выступления, поздравления, а также массовые гуляния
- Спортивные – спортивные соревнования, спартакиады, забеги
- Познавательные – семинары, обучающие тренинги, курсы повышения квалификации, заседания, конференции, круглые столы
- Благотворительные – фанд-рэйзер (сбор средств на определенные цели)
- Памяти и скорби

Основа этого процесса – правильное использование конкретного повода и организация под него мероприятия с максимальной пользой.

Для подготовки качественного мероприятия необходимо четко определить:

- Цели (для чего мы это делаем)
- Задачи (как / какими методами мы это делаем)
- Желаемый общественный отклик

ДЕРЕВО (СКЕЛЕТ) МЕРОПРИЯТИЯ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

ОСНОВНЫЕ ТОЧКИ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Бюджет
Это стоимость будущего мероприятия.
Например, качественно проведенная корпоративная вечеринка обходится 10 – 30 USD. А другое масштабное мероприятие (к примеру, концерт выдающегося исполнителя) представляет собой совершенно иной ивент-менеджмент. Это праздник высшего уровня с дополнительными организационными мероприятиями: рекламной и PR-кампание, пресс-конференцией, интервью для прессы и теле и радио эфирами.

План мероприятия
Составление конкретного перечня вопросов, которые необходимо решить, и определить сроки их выполнения позволит не только правильно организовать тот или иной праздник, но и оптимально составить для него смету расходов (документация, в которую включены планируемые предприятием расходы).

Спонсоры и партнеры
Организация и проведение мероприятий зачастую осуществляются со спонсорской помощью. Однако иногда корпоративный праздник на предприятии проводится собственными силами, ну лучше не тратить средства свои средства, а привлечь к этому партнеров (Кейс про организацию напитков на мероприятии).

ОСНОВНЫЕ ТОЧКИ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Кадры
Урегулирование кадрового вопроса просто необходимо, чтобы работа по организации мероприятий была проведена правильно. Так, на начальном этапе необходимо определить количество сотрудников, работающих на том или ином мероприятии. Нужно четко понимать, сколько людей будут заниматься доставкой оборудования, подготовкой площади, а также ведением переговоров с подрядчиками и т.д.

Площадка
Вопрос подбора площадки является немаловажной стороной организации мероприятия и должен быть проработан четко с учетом всевозможных проблемных ситуаций.

Время мероприятия (его продолжительность)
При определении мероприятия важно сделать запас дополнительного времени (перестраховаться) – погрешность примерно 10-15% от общего времени мероприятия.

Гости
Составляя список гостей очень важно учитывать мощность площадки (сколько она вмещает людей, продолжительность мероприятия и желаемый результат)

ОСНОВНЫЕ ТОЧКИ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Рекламная кампания
При выборе каналов информирования важно определить до кого мы хотим донести информацию (возраст, пол, сфера деятельности), от этого зависят ***каналы коммуникации*** (SMM, адресные смс/e-mail рассылки, ТВ/радио реклама, наружная рекламная кампания и т.д.)

Сбыт – реализация продукта (если таковая потребуется)
В этом пункте очень важно определить каналы сбыта продукции (если таковая будет) – магазины, интерент магазины, благотворительная помощь и т.д.

Post реклама
Подведение итогов мероприятия, публикации в СМИ, рассказывающие о том, что мероприятие состоялось и в нем участвовали такие-то люди.

Документация (для коммерческих мероприятий)
Подготовка и подписание актов выполненных работ, товарных накладных и прочих юридических документов, которые подтверждают проделанную работу и получение за них финансового вознаграждения.

ЭТАПЫ ПРОВЕДЕНИЯ EVENT-МЕРОПРИЯТИЯ (ЕСЛИ НЕ ХВАТИЛО ДЕНЕГ 😊)

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

Непосредственное проведение мероприятия предусматривает выполнение event-менеджерами следующих функций:

Этапы проведения Event-мероприятия

- Разработка креативной идеи;
- Оформление идеи и определение события, подготовка проекта (коммерческое предложение);
- Принятие решения о проведении, назначение руководителей проекта;
- Планирование:
  1. принятие решения о подготовке, определение сметы, публичное заявление;
  2. окончательное планирование, подготовка и организация мероприятия, рассылка приглашений;
- Реализация:
- Обустройство места проведения, монтаж оборудования;
- Старт (официальное открытие);
- Прохождение специального события от открытия до закрытия;
- Окончание события, официальное закрытие;
- Завершение события, демонтаж оборудования, организация отъезда;
- Прекращение действий и окончание расчетов;
- Обработка данных, финансовый и организационный отчет;
- Завершение проекта.

Встреча гостей:

- регистрация участников мероприятия.
- реализация разработанного сценария.

Общая координация мероприятия:

- контроль и управление event-проектом;
- координация перемещений участников;
- обеспечение безопасности проводимого события;
- анкетирование участников мероприятия.

Подведение итогов event-мероприятия:

- анализ оценочных анкет участников;
- подготовка статистического анализа состава участников;
- анализ event-проекта с точки зрения организации и рекомендации для последующих мероприятий;
- анализ работы со средствами массовой информации;
- составление аналитического отчета о проведенном мероприятии;
- рассылка благодарственных писем для всех участников мероприятия-события.

На многих мероприятиях, особенно массовых, регистрация участников не предусматривается.

ДЕЛЕГИРОВАНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

С таким вопросом в любом случае сталкиваются начинающий ивент-менеджер либо руководитель маркетинга. Организация мероприятий более широкого масштаба доверяется профессионалам. Несмотря на то, что такие мероприятия могут обойтись заказчику несколько дороже, специальное агентство позволит избежать большинства хлопот, приняв на себя полный груз всех работ.

Специалисты, действуют в соответствии с принятыми правилами, сначала разрабатывают общую концепцию, а потом, используя творческий потенциал, предлагают идею, которая бы максимально выражала индивидуальность и суть будущего мероприятия. Также профессионалы в этой отрасли найдут пути, как сэкономить на некоторых мелочах, но при этом ничего не упустят в организационной суматохе.

Эффективней пройдет организация мероприятий с привлечением специалистов соответствующего агентства, особенно при связях с общественностью. Например, коммуникационные агентства, у которых налажены давние контакты со СМИ, могут добиться общественного резонанса намного быстрее. Профессионалами для достижения целей используются разнообразные способы распространения информации: direct-mail, наружная реклама и донесение информации до целевой аудитории с помощью специальных источников. Таким образом, современные крупные российские компании сталкиваются с необходимостью организовать праздник с участием профессионалов.

КЕЙСЫ ДЛЯ СЛУШАТЕЛЕЙ:

КОМОК
МОЛОДЕЖНЫЙ ПРОЕКТ

- Премьера кинофестиваля
- Запуск радиостанции и первый эфир
- Презентация новой модели автомобиля / телефона
- Организация показа мод (новая линия одежды)
- Организация обучающего семинара
- Спартакиада
- Благотворительный аукцион