


Основной функционал и примеры работ event-менеджера в коммерческой организации



Серегина
Дарья

КТО ТАКОЙ EVENT- MANAGER?

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).

* 02

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.

* 04

Оценка эффективности мероприятий, поиск путей их совершенствования.



Основной функционал

* 05

Постоянный мониторинг происходящих в эвент-индустрии изменений (ведущие эвент-агентства), 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».

* 07

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 работу 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 Заказ



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
- А - З
- И – П
- Р – 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.

Риски:

- Технические
- Человеческого фактора

Стадия Анализ

- Анализ Работы
 - С заказчиком
 - Достигнута ли цель
 - Выявление ошибок
 - С подрядчиками
 - Выявление добросовестных и не очень