

# ВЫБОР ФОРМАТА МЕРОПРИЯТИЯ И МЕСТА ЕГО ПРОВЕДЕНИЯ

Отталкивайтесь от целей и задач.

- Что вы хотите:** собрать средства, сформировать сообщество или стимулировать определенную деятельность горожан? Определив цель, вы поймете, какой формат вам подходит: спортивный марафон, концерт, фестиваль, благотворительный вечер, ярмарки или что-то другое.
- Место проведения также должно отвечать целям и задачам.** Главное – функциональность, а не статусность. Не важно как выглядит концертный зал или помещение для мастер-класса. Важно, что место подходит для вашей концепции.
- Под формат мероприятия выбираются приглашенные лидеры мнений, амбассадоры.** На марафон – именитые спортсмены, на концерт или фестиваль – медийные звёзды.

# ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ

- 1 Формируем цели и задачи** мероприятия
- 2 Прописываем KPI** – показатели, которые мы должны достичь, чтобы считать мероприятия успешным
- 3 Определяем, кто благополучатели** и что они должны приобрести
- 4 Выбираем дату и место** проведения
- 5 Составляем план подготовки:**
  - блоки предстоящих работ
  - ответственных лиц
  - дедлайны
- 5 Делаем презентацию**, в которой указываем:
  - оформление площадки
  - виды раздаточной продукции
  - последовательность событий
  - приглашенных звезд
  - интерактивы для гостей
- 6 Согласовываем идеи с ответственным лицом**
- 7 Составляем технический план**
- 8 Приступаем к реализации**

# ПОМОЩЬ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БИЗНЕСА

## Администрация города

Ваш проект могут включить в план мероприятий на год. Тогда вы можете рассчитывать на бесплатные площадку, мебель, оборудование или даже транспорт и персонал.

Изучите городской план (обычно его публикуют в открытых источниках) и заблаговременно согласуйте свое мероприятие.

Презентуйте свой проект ярко и аргументированно.

## Представители бизнеса

Компании могут предоставлять вам свой продукт на бартерных условиях, если их ЦА совпадает по характеристикам с вашей.

Так, палатки с пищевой продукцией продают еду и напитки, повышая трафик на мероприятии.

Многие предприниматели готовы предоставить продукцию или помещение бесплатно.

При разговоре с бизнесом делайте акцент на ЦА, планируемое количество гостей и объемы освещения мероприятия.

# РАБОТА С ПРОМО-ПЕРСОНАЛОМ

Ответственный и активный промо-персонал – это очень важно.

Эти люди должны информировать гостей, раздавать печатную и сувенирную продукцию и не покидать рабочую зону без причины.

## Как этого добиться?

- Напишите инструкции и регламенты, раздайте их всем в текстовом виде.
- За 30 минут до начала убедитесь, что все знают как отвечать на стандартные вопросы гостей (это касается абсолютно всех участников мероприятия).
- Привлеките супервайзеров – тех, кто будет контролировать работу персонала.

Что если у организаторов совсем нет опыта, а мероприятие большое?

Лучше обратиться в ивент-агентство. А еще лучше – в BTL-агентство (промо-акции и персонал – это их специализация).

# РАБОТА С ВОЛОНТЕРАМИ

- Мотивируйте и будьте с ними в контакте. Проведите встречи волонтеров с руководством проекта, с приглашенными лидерами мнений, заложите время на изучение функционала. Каждый должен знать, где, когда и что он делает.
- Предоставьте атрибутику, которая выделит волонтеров на фоне других участников события, продемонстрирует их особый статус (кепка, бейджик, значок).
- Проявите заботу. Обеспечьте волонтеров питьевой водой. Если мероприятия дольше 2-х часов – организуйте перекус, если 5 часов и более – горячий обед.
- После мероприятия наградите волонтеров грамотами. Пригласите для этого руководителя, которого они знают.
- Формируйте команду волонтеров так, чтобы в резерве были люди. Подстрахуйтесь, создайте список запасных.

# РАБОТА С ПОДРЯДЧИКАМИ



В команде должен быть человек, отвечающий за работу с подрядчиками.

## Вот что он делает:

- Заключает договоры
- Готовит монтажный план для каждого подрядчика (с указанием времени заезда и выезда)
- Контактирует с представителями звездных подрядчиков (соблюдение райдера, постановка задач)
- Контактирует с ведущим (отправляет сценарий, проверяет готовность перед мероприятием)

# ДРУГИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ

## Сувениры, печатная продукция, декор

Подготовка этих пунктов часто затягивается и сопровождается множеством переделок.

Заложите побольше времени на выполнение таких задач.

## Безопасность

На каждом мероприятии должны присутствовать:

- Скорая помощь  
Заранее согласуйте список оборудования автомобиля и состав бригады (минимум 2 врача)
- Пожарная машина
- Охрана  
Подготовьте карту территории с точками повышенного внимания

# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕРОПРИЯТИЯ

## Выполнены ли задачи и KPI?

Допустим, вы хотели собрать миллион рублей или купить тонну корма для собак. Если вы достигли запланированных показателей, мероприятие можно считать успешным.

Бывают случаи, что KPI не достигнут, но событие получило неожиданно большой **медийный охват или общественный резонанс**.

Возможно, это повысит узнаваемость вашего проекта, и новое мероприятие сможет обеспечить нужные цифровые показатели.