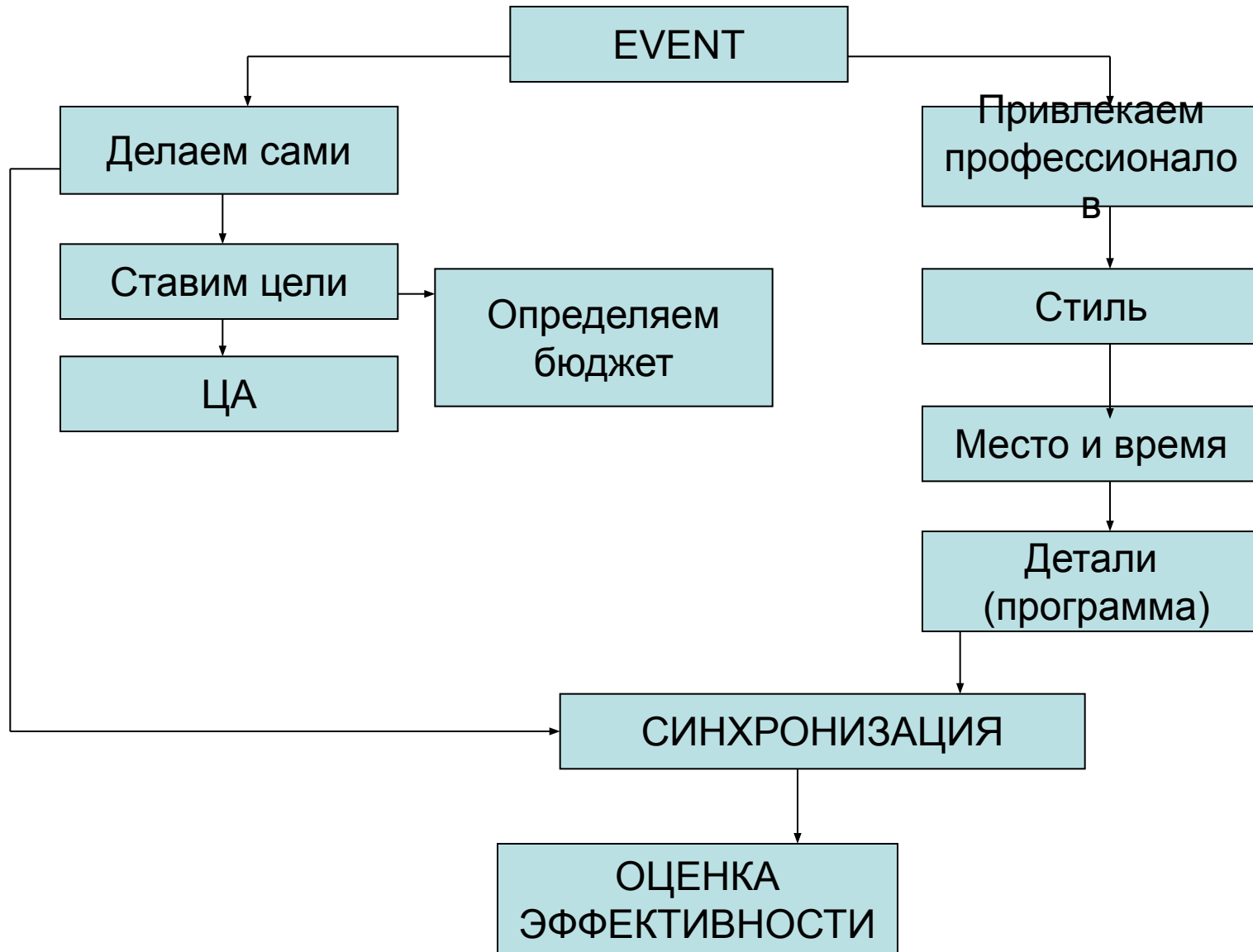


Как провести event так, что бы
не было мучительно больно...

Схема распределения обязанностей



ЗАЧЕМ?

Определяем цели

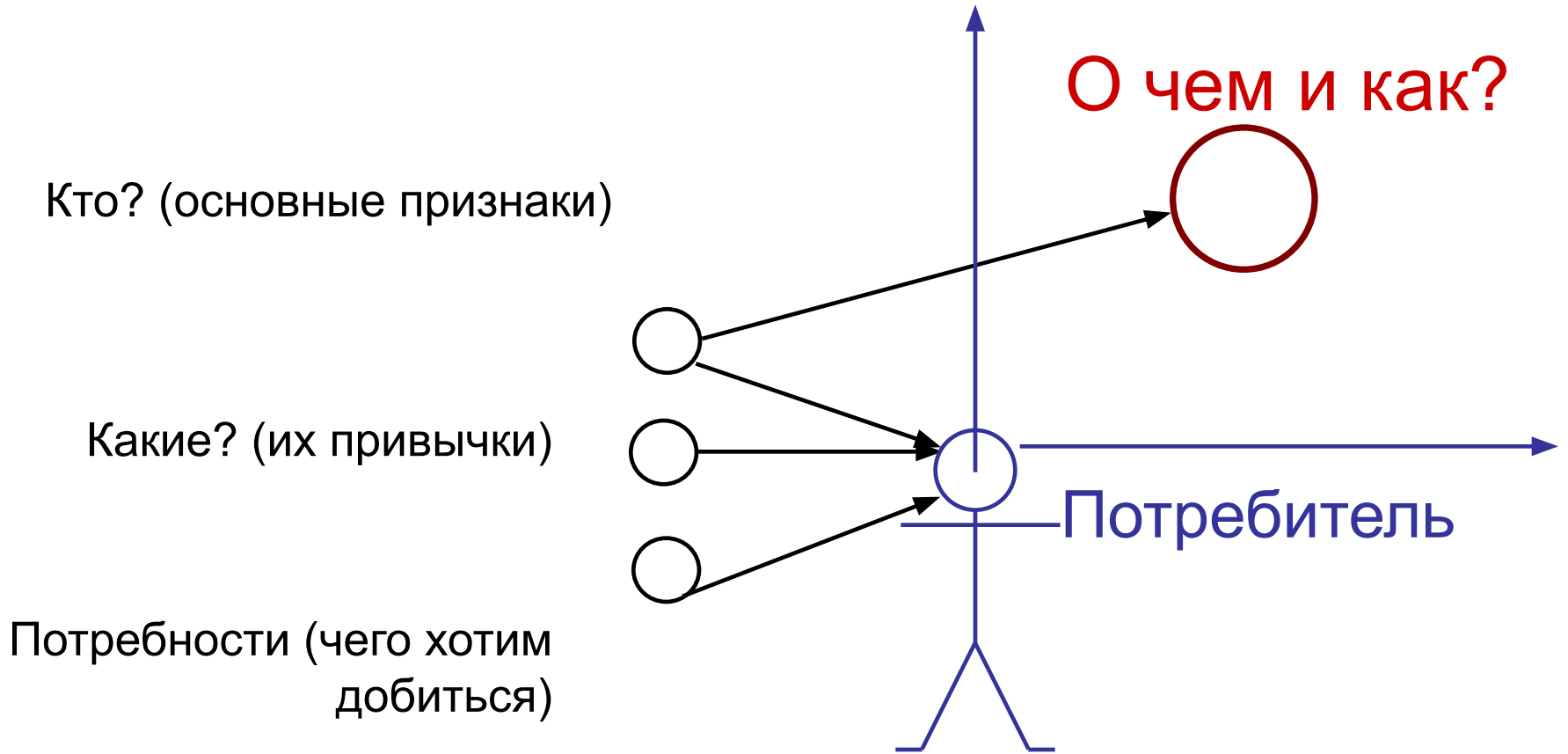
- Удивить
- Подтвердить составляющие имиджа
- Презентовать новое
- Заявить о себе
- Решить бизнес-задачи
- Продать
- Объединить

И т.д.

10 способов потратить рекламный бюджет зря

- **Правило №1. Не лезьте «в душу»**
- **Правило №2. Забудьте слово «результат»**
- **Правило №3. Ваша ЦА – «ВСЕ»**
- **Правило №4. Говорите только о себе**
- **Правило №5. Станьте умным, скучным**
- **Правило №6. Скрывайте свои достоинства. Скромность украшает**
- **Правило №7. Ничего не решайте сами**
- **Правило №8. Замучайте организаторов до смерти**
- **Правило №9. Изменяйте всё в последнюю минуту**
- **Правило №10. Никогда не сомневайтесь**

Целевая аудитория



Стиль мероприятия

Должен	Не должен
1. Соответствовать ЦА	1. Шокировать
2. Быть свежим	2. Выбираться по принципу «как у всех»
3. Соответствовать теме мероприятия	3. Быть единым
4. Соответствовать организаторам	4. Выбираться по желанию наемных профи
5. Должен быть	

Место и Время

Место	Время
1. Соответствует целям	1. Рассчитывается (основное Т X 1,5)
2. Учитывает все детали мероприятия	2. Можно сознательно спланировать
3. Заказывается заранее	3. Хронометрируется
4. Ищутся 2-3 альтернативы	4. Учитывая место
5. СООБЩАЕТСЯ ЗАРАНЕЕ	

ДЕТАЛИ

1. Приглашения (вид, стиль, курьер)
2. Меню и обслуживание
3. Развлекательная программа
4. Оформление места, внешний вид
5. Рассадка гостей
6. СМИ
7. Образы и образы – вампиры
8. И.т.д.

Синхронизация