

ДЕЛОВЫЕ СОБЫТИЯ: ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ, СЛАГАЕМЫЕ УСПЕХА

MediaPartner

ГРУППА КОМПАНИЙ

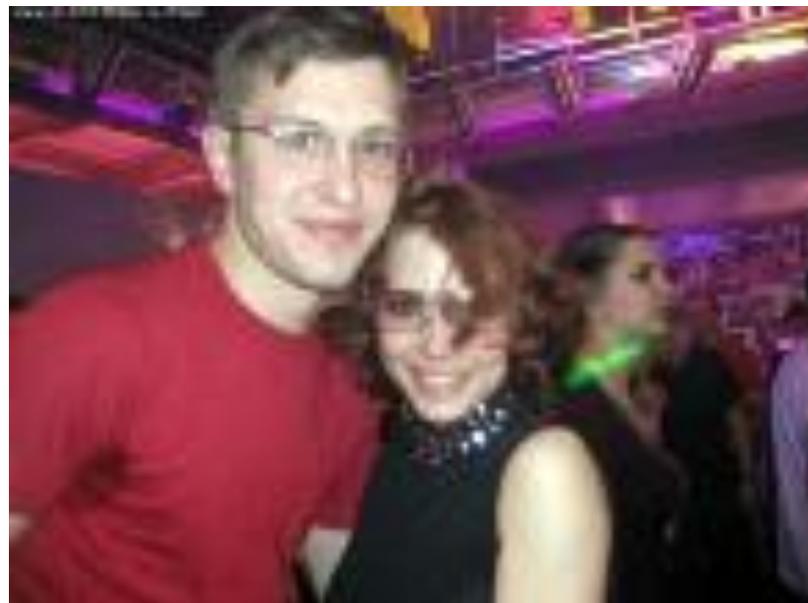
ВОЗМОЖНОСТЬ ЕСТЬ ВСЕГДА

Татьяна Никонова, заместитель
генерального директора
(343) 378-31-51, 378-31-52
www.mediapartner.biz

События – возможность или затраты?



В Екатеринбурге высокая плотность событий.
Деньги потрачены – эффекта нет.



Как создать мероприятие, чтобы выделиться на фоне конкурентов и понравится партнерам и клиентам?

Избегайте типичных ошибок при подготовке событий!



ОШИБКА 1. «ДЕЖУРНЫЕ» ЦЕЛИ

Цели события формулируются в обобщенном виде:

- Привлечь клиентов.
- Повысить лояльность сотрудников.
- Увеличить продажи.

Невозможно проектировать мероприятие, ставя дежурные цели!

РЕШЕНИЕ:

Цели должны быть измеримы, достижимы во времени и четко определены до события. «о событии должны узнать X человек», «на мероприятие должно придти Y количество аудитории», «нужно получить N-количество и качество КОНТАКТОВ».

КЕЙС «CHEEEZ-PARTY»

СИТУАЦИЯ:

ГК «МедиаПартнер» планирует проводить ежегодное событие для клиентов.

ЦЕЛЬ:

В условиях финансовой нестабильности нужно удержать клиентов.

Показать, что Агентство – креативная команда, с которой стоит продолжать работать.

ЗАДАЧА:

Разработать нестандартное запоминающееся мероприятие.



КЕЙС «CHEEEZ-PARTY»

ФОРМАТ:

Дружеская вечеринка с тренингом фотогеничности.

СЛОГАН:

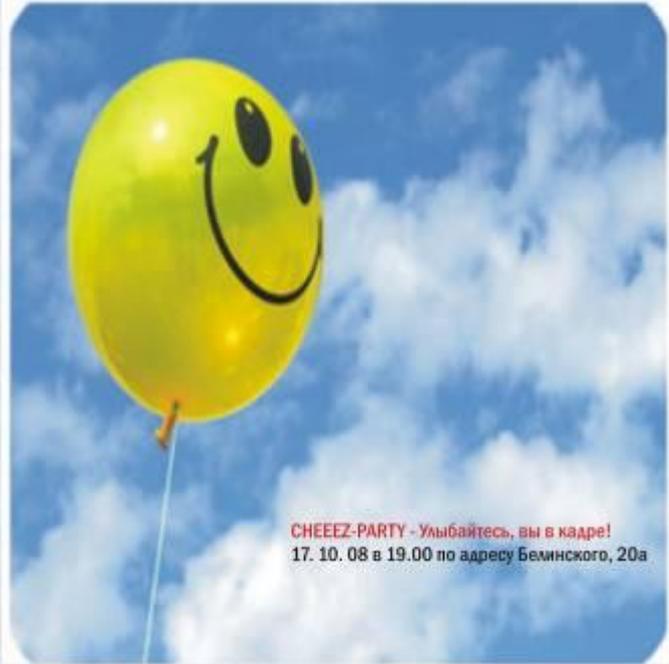
Улыбайтесь, вы в кадре!

МЭССЕДЖ:

Реклама-презентация-улыбка.

ФИШКИ:

Лейтмотив cheese.



CHEEEZ-PARTY - Улыбайтесь, вы в кадре!
17. 10. 08 в 19.00 по адресу Белинского, 20а

Нас ждут:

- «Как удало погулять на спичках» - тренинг «фотогеничности» от фотомастера
- «Как сделать реальную фотографию» - творческий конкурс
- «Свечи-лего» - теплый ужин
- фотосессия, музыка, общение и улыбки!

МедиаПартнер
ГРУППА КОМПАНИЙ

КЕЙС «CHEEEZ-PARTY»

ПРОГРАММА:

Тренинг «фотогеничности» от фотомастера.
Творческий конкурс с наградами – упаковки сыра.
«Cheese-меню» - дружеский ужин.
Фотовспышки, музыка, общение и улыбки!



ОШИБКА 2. СОБЫТИЯ БЕЗ КОНЦЕПЦИИ

Не вкладываются ресурсы в креатив:

- Принято считать, что достаточно провести событие, без инвестиций в концепцию мероприятия.

РЕШЕНИЕ:

Проектируем концептуальные события.

Событие в нестандартной «упаковке» поддерживает интерес потребителей к компании и дает реальный эффект.

КЕЙС «ТЕК-КОМ-УРАЛ»

СИТУАЦИЯ:

«ТЕК-КОМ-Урал» участвует в Евро-Азиатской промышленной выставке.

ЗАДАЧА:

Продемонстрировать партнерам актуальность комплексного подхода к вопросам поставки, обслуживания и эксплуатации подшипников. Показать основные преимущества в работе с авторизованным дистрибьютором SKF.

СЛОГАН КОМПАНИИ:

«Первоклассные промышленные решения».



КЕЙС «ТЕК-КОМ-УРАЛ»

РЕАЛИЗАЦИЯ:

Стенд выполнен в виде мастерской.
Посетители могли потренироваться
в монтаже, демонтаже подшипников.

РЕЗУЛЬТАТ:

Триста контактов.
Подписаны долгосрочные контракты.



КЕЙС «ASTRAZENEKA»

СИТУАЦИЯ:

«Астразенка» проводит семинар для врачей

ЦЕЛИ:

Продвижение гастроэнтерологической продукции.
Укрепление лояльности к бренду компании.

ЗАДАЧИ:

Придумать развлекательную часть семинара для укрепления лояльности женщин-врачей, «завоевать» сердца женской аудитории.



КЕЙС «ASTRAZENEКА»

РЕАЛИЗАЦИЯ:

Мастер-класс по изготовлению роллов.

РЕЗУЛЬТАТ:

Довольные врачи!



ОШИБКА 3. НЕ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ВСЕ ТОЧКИ КОНТАКТА

Концепция события воспринимается как антураж.

- Концепция не передается в атмосфере события, подарках, площадке мероприятия, приглашениях гостям.

РЕШЕНИЕ:

Концепция должна быть «сквозной».

Приглашения, площадка, подарки транслируют концепцию, устанавливают эмоциональную связь между компанией и потребителем.

ВЕРНЫЙ ВЫБОР ПРИГЛАШЕНИЙ

Для продвижения корпоративных обедов ресторана: приглашение для клиентов на коробке с пиццей.



ВЕРНЫЙ ВЫБОР ПОДАРКОВ

Компания по производству линз заявляет:

«Мы делаем мир ярче!»

На семинаре для врачей дарит участникам линзы и групповые фото.



ОШИБКА 4. ОТСУТСТВУЕТ ПОСТПРЕЗЕНТАЦИЯ

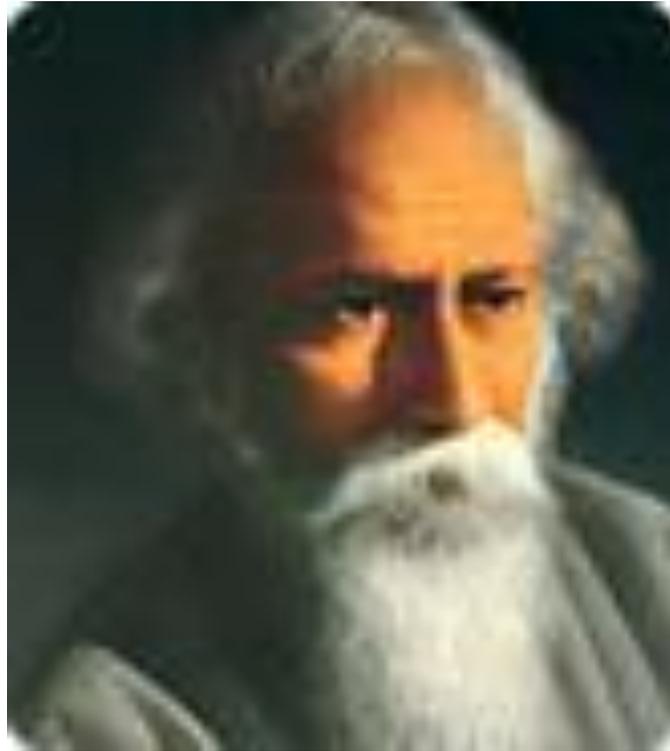
После проведения события о клиентах забыли:

- Провели событие и – молодцы! Ждем, когда придут клиенты.

РЕШЕНИЕ:

Провести постпрезентацию: сделать и доставить клиентам диски с фото и информацией о событии. Получить обратную связь.

Анализируй это!



**«Закройте дверь перед всеми ошибками, и
истина не сможет войти».**

**Рабиндранат Тагор, индийский поэт, лауреат Нобелевской
премии**

Уникальная возможность!

Только для участников круглого стола «Инновации в event-менеджменте»!

Мы предоставляем бонусы при заказе деловых событий.

Отправляйте вопросы и задачи на электронную почту:
nikonova@mediapartner.biz

Тема письма: «Инновации в event-менеджменте»

Звоните: (343)378-31-51(52)