

Комитет по *event*-менеджменту при АКМР



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

АКМР объединяет руководителей по коммуникациям крупнейших корпораций глобального бизнеса.

В 2010 г. эти компании впервые выдвинули инициативу проведения конкурса: «Event-агентство, сертифицированное АКМР».

В октябре 2012 г., после вторичного проведения данного конкурса, АКМР выступила инициатором создания комитета по event-менеджменту.

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Члены правления АКМР:



Комитет по event-менеджменту при АКМР объединяет представителей компаний, членов АКМР и пул event-агентств

В Комитет входят event-агентства:



А также представители крупного бизнеса:



Цели и задачи Комитета

Главная цель работы Комитета – профессиональное взаимодействие между Заказчиками и Агентствами, **развитие** рынка event-услуг, публичное **обсуждение** общих стандартов работы на рынке, **повышение доверия** между Исполнителями и Заказчиками.



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Основные направления работы Комитета

- Мероприятия для **популяризации** event-отрасли и открытого обсуждения вопросов ее развития
- Разработка **отраслевых стандартов** и регламентов оказания event -услуг

Комитет представляет собой **профессиональную общественную площадку** для обсуждения актуальных вопросов event-рынка.

Комитет остается **открытым** для любых предложений участников рынка, Агентств или Заказчиков.

Первые итоги работы

Сегодня мы готовы представить на коллегиальное и общественное обсуждение ряд первоначальных **отраслевых документов**, определяющих эффективные взаимоотношения Заказчик-Исполнитель.

Документы были разработаны членами АКМР, как агентствами, так и корпорациями совместно.

В течение 8 месяцев было проведено около 10-ти заседаний и рабочих встреч Комитета.

EVENT-ОТРАСЛЬ:

актуальные проблемы роста

4. _____

3. _____

2. _____

1. Фундаментальные проблемы

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ

ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

- **Непрозрачность отрасли** приводит к непониманию Заказчиками принципов ценообразования, объемов бизнеса и других аспектов
- Это рождает **недоверие Заказчика к Исполнителю, как постоянный вектор**
- В свою очередь недоверие к Исполнителю создает прочное основание к **серьезным защитным мерам со стороны Заказчика**. Наиболее яркий пример – **100% постоплата услуг агентства**

4. _____

3. _____

2. Проблемы, связанные с тендерной политикой

1. Фундаментальные проблемы

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ

ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

- **Изменение конкурсного задания** в ходе проведения тендера
- **Замена** при выборе поставщика **ключевых критериев отбора**
- **Необъявление итогов тендера**
- **Отмена мероприятия** после проведения тендера

4. _____

3. Коммуникативные проблемы

2. Проблемы, связанные с тендерной политикой

1. Фундаментальные проблемы

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ

ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

- **Язык общения**
- **Коммуникация между Заказчиком и Исполнителем**
- **Коммуникация между Исполнителем и Заказчиком**

4. Искажение целей. Несовпадение результатов и ожиданий

3. Коммуникативные проблемы

2. Проблемы, связанные с тендерной политикой

1. Фундаментальные проблемы

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Отсутствие Системы Оценки Эффективности Мероприятия

Первые итоги работы Комитета

Документы, которые мы представляем сегодня вашему вниманию, предназначены для создания прочного фундамента для решения описанных выше проблем отрасли.

Фактически мы предлагаем выработать единые стандарты для более продуктивного взаимодействия между заказчиками и исполнителями.

1

Тендерная процедура по закупке услуг по организации мероприятий

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Цели и задачи проведения Годового Тендера

- Получить **наилучшее** и/или **наиболее выгодное предложение по цене.**
- Создать **пул из 2-3 Исполнителей** для обслуживания Заказчика в течение срока действия Годового Тендера.

Сроки и этапы проведения Тендера

Четырехступенчатая система отбора Победителя Тендера:

- Этап 1. Предварительная квалификация Исполнителей. Создание пула Исполнителей.
- Этап 2. Брифинг, дебрифинг пула Исполнителей, подготовка проекта тендерного предложения.
- Этап 3. Подача тендерных предложений. Презентация проектов тендерных предложений и Исполнителей.
- Этап 4. Оценка тендерных предложений, объявление победителя Тендера.

КОМИТЕТ по
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Этап 1. Предварительная квалификация Исполнителей. Создание пула Исполнителей

- Срок – **10 рабочих дней**

- Предварительная квалификация** Исполнителя:

1. проверка службой

безопасности Заказчика

уставные документы

Дебрифинг пула Исполнителей, подготовка проекта тендерного предложения

- Сроки:
 - 14 - 21 календарных дней (для мероприятий на территории РФ)
 - не менее 21 календарного дня (для мероприятий за пределами РФ)
- Рассылка единого брифа и оценочной таблицы
- Приглашение Исполнителей на Дебрифинг (индивидуальный/коллективный)
- Подготовка проекта Тендерного предложения:
 - предварительный бюджет
 - описание логистической составляющей мероприятия
 - описание креативной составляющей мероприятия
 - график подготовки проекта

Этап 3. Подача тендерных предложений. Презентация проектов тендерных предложений и Исполнителей

- Срок – 7 рабочих дней
- Три варианта подачи Исполнителем тендерного предложения :
 - по электронной почте
 - доставка запечатанного конверта в офис Заказчика
 - размещение тендерного предложения на электронной площадке
- Защита тендерных предложений Исполнителями в офисе Заказчика согласно графику защиты

Этап 4. Оценка тендерных предложений, объявление победителя Тендера

- Срок – 7 рабочих дней
- Тендерная комиссия принимает решение исходя из оценочной таблицы, представленной на втором этапе проведения Тендера
- Оценка формируется по бальной весовой системе
- Заказчик публикует оценочные листы для всех Исполнителей и объявляет Победителя Тендера
- С Победителем Тендера Заказчик подписывает контракт

Оценочная таблица

№	Критерии	Вес, баллы за общий критерий	Что оценивается	Вес, баллы за подпункты общего критерия	Комментарии
1	Опыт	10	Типы мероприятий:	7 баллов максимум	Выставляется в каждом пункте 1 балл (если есть соответственный опыт) или 0
			1. Автомобильные мероприятия		
			2. Городские праздники		
			3. Корпоративные мероприятия		
			4. Федеральные проекты		
			5. Концертные туры		
			6. Детские праздники		
			7. Мероприятия социальной направленности		
			Количество гостей на мероприятии:	3 балла максимум	
			8. Мероприятия с численностью гостей до 500 чел.		
9. Мероприятия с численностью гостей до 1000 чел.					
10. Мероприятия с численностью гостей более 1000 чел.					

Оценочная таблица

№	Критерии	Вес, баллы за общий критерий	Что оценивается	Вес, баллы за подпункты общего критерия	Комментарии	
2	Репутация Исполнителя (Агентства), надежность	10		10 баллов максимум	Выставляется в каждом пункте 2 балла или 1 балл или 0 (в зависимости от приоритетов Заказчика)	
			1.Рекомендации			
			2.Рекомендатели			
			3.Кол-во лет на рынке			
			4.Ресурсы			
3	Соответствие предложения брифу	10		10 баллов максимум	Выставляется от 0 до 10 баллов (в зависимости от приоритетов Заказчика)	

Оценочная таблица

№	Критерии	Вес, баллы за общий критерий	Что оценивается	Вес, баллы за подпункты общего критерия	Комментарии
4	Креативность предложения	20		20 баллов максимум	Выставляется в каждом пункте 2 балла или 1 балл или 0 (в зависимости от приоритетов Заказчика)
			1.Оригинальность идеи		
			2.Название		
			3.Слоган		
			4.Логотип		
			5. Приглашение		
			6. Оформление мероприятия		
			7.Предложение по брендингу		
			8.Интерактивные зоны		
			9. Артисты и ведущие		
			10. Механика мероприятия		
11.Дополнительные идеи					

Оценочная таблица

№	Критерии	Вес, баллы за общий критерий	Что оценивается	Вес, баллы за подпункты общего критерия	Комментарии
5	Логистическая составляющая	8		8 баллов максимум	Выставляется в каждом пункте 2 балла или 1 балл или 0 (в зависимости от приоритетов Заказчика)
			1.Выбор географических направлений		
			2.Выбор площадок, схемы площадок		
			3.Меню		
			4.Трансферы, перелеты		
6	Концепция	22		22 балла максимум	Выставляется в каждом пункте 2 балла или 1 балл или 0 (в зависимости от приоритетов Заказчика)
			1.Раскрытие всех поставленных задач		
			2.Доступность в реализации		
			3.Индивидуальный подход в решении задачи		
			4.Целостность проекта		

Оценочная таблица

№	Критерии	Вес, баллы за общий критерий	Что оценивается	Вес, баллы за подпункты общего критерия	Комментарии
7	Цена	20		20 баллов максимум	Выставляется в каждом пункте 1-10 баллов (в зависимости от приоритетов Заказчика)
			1.Стоимость прямых затрат проекта		
			2.Размер комиссии Исполнителя (Агентства)		
	Суммарная оценка	100			

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

2

Классификация брифов

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Создание **единой формы брифов** по организации различных типов мероприятий - инициатива Комитета по event-менеджменту при АКМР, направленная на улучшение взаимодействия между Заказчиком и Агентством.

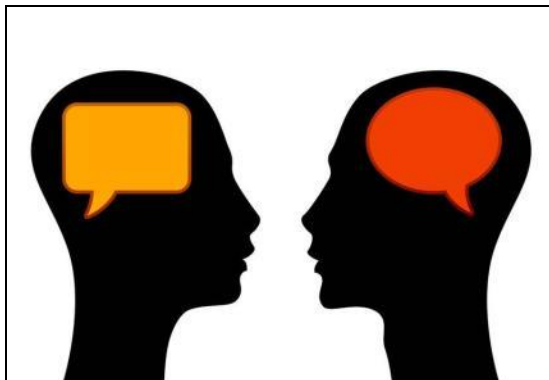


КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Типы специализированных брифов

- Стандартный бриф на организацию мероприятия
- Бриф на организацию PR мероприятия.
- Бриф на организацию пресс-мероприятия.
- Бриф на организацию тест-драйва.
- Бриф на организацию выездного мероприятия.



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Структура специализированного брифа

Общая часть:

- О Компании
- О Проекте
- Целевая аудитория
- О мероприятии
- Пожелания Агентству



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Структура специализированного брифа

Специализированная часть:

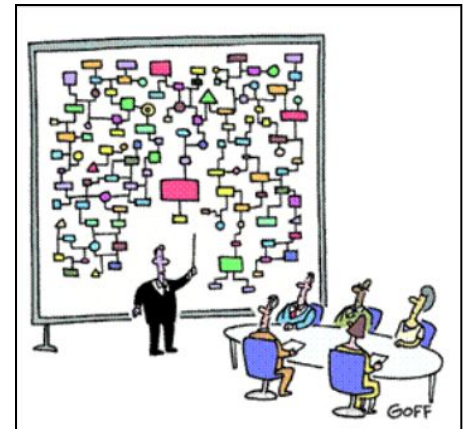
- Раздел «Предмет продвижения» для брифов на организацию пиар-мероприятия, тест-драйва, пресс-мероприятия
- Разделы «Направление», «Перелет», «Расселение», «Питание», «Деловая программа», «Развлекательная программа», «Командообразующий тренинг» и т.д. – для брифа на организацию выездного мероприятия

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Преимущества работы со специализированными брифами

- **Выработка единого понятийного аппарата** у всех сторон процесса
- **Улучшение взаимодействия** между Заказчиком и Агентством
- **Экономия времени** Заказчика и Агентства
- Сведение к **минимуму недопониманий** из-за нехватки информации



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Варианты использования специализированных брифов

- Заказчик дает задание на тендер, используя форму брифа
- Агентство, получив приглашение на тендер, высылает Заказчику специализированный бриф для заполнения
- Агентство заполняет бриф по устной информации, данной Заказчиком



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

3

Финансовые вопросы сотрудничества Заказчика и Исполнителя

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Ключевые приоритеты



- **Прозрачность**

Предсказуемость процессов планирования, бюджетирования и отчетности

- **Сроки**

Услуга = оплата

- **Качество**

Соблюдение взаимных обязательств

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Типы Договоров

Базовый вариант: Договор на оказание услуг

Договор на оказание услуг — договор, согласно которому Исполнитель берет на себя обязательства по заданию Заказчика оказать определенную услугу, а Заказчик обязуется эту услугу или услуги оплатить.

Обязательные пункты: перечень услуг, задание, платежный график.

Дополнительный пункт (Приложение):

- Смета с указанием наименований базовых услуг и их стоимости
- Передача ТМЦ (товарно-материальных ценностей)

Закрытие Договора: Акт об оказании услуг на общую стоимость проекта с учетом фактически оказанных услуг.

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Типы Договоров

Альтернативный вариант: Агентский договор

Договор, по которому Агентство по поручению и за вознаграждение Заказчика берет на себя обязательства на совершение разнообразных юридических действий.

Формы: Договор поручения или Договор комиссии.

Заккрытие Договора: Агентство предоставляет Заказчику отчет с приложенными копиями всех документов от подрядчиков, задействованных в проекте.

Особенности:

- Большой объем отчетной документации замедляет закрытие проекта.
- Двойственность: «собственные» услуги Агентства и услуги третьих лиц

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Типы Договоров

Договор купли-продажи

Договор, согласно которому Агентство принимает на себя обязательства по передаче в собственность Заказчика определенного товара, предоставления ТМЦ (товарно-материальных ценностей).

Заказчик принимает переданный ему товар, оплачивает его стоимость.

Передача прав собственности осуществляется на основании накладных ТОРГ12.

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Сроки согласовательных процедур

В Договоре (Приложение) должны быть прописаны сроки подписания Договора.

Ключевое условие – подписание **ДО** мероприятия (14 календарных дней).

В договоре может быть более одного приложения, первое приложение подписывается не позднее чем за 14 дней, последнее приложение подписывается не позднее чем за 3 дня до мероприятия.



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Порядок оплаты Заказчиком услуг Исполнителя

Рекомендуемый порядок оплаты услуг Исполнителя:

- предоплата прямых расходов Исполнителя
- постоплата комиссии Исполнителя после успешной реализации проекта

	Агентский Договор	Договор на оказание услуг
Базовый	100 % предоплата услуг третьих лиц; постоплата АВ (агентского вознаграждения) в течение 7 рабочих дней	90% предоплата; 10% постоплата в течение 7 рабочих дней

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Допустимый порядок оплаты услуг Исполнителя:

поэтапная оплата проекта (например, 30%-30%-30% и 10% комиссии Исполнителя после проекта).

	Агентский Договор	Договор на оказание услуг
Допустимый	100 % предоплата услуг третьих лиц; постоплата АВ (агентского вознаграждения) в течение 14 календарных дней	Постоплата в течение 7 рабочих дней. В основном Договоре может быть указано "если иное не предусмотрено в соответствующем Приложении к настоящему Договору" (это дает возможность более гибкого подхода и поэтапной оплаты).

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Необходимые условия

- Перед началом проекта Исполнителю необходимо получить от Заказчика все необходимые требования по финансовой и отчетной документации
- Оперативно вносить все необходимые изменения
- Предоставлять документы в заранее обозначенном формате



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Эффективность

- Минимизация рисков наступления форс-мажорных обязательств
- Возможность предъявлять более жесткие требования со стороны Заказчика к качеству услуг
- Возможность формировать здоровую конкуренцию по идеям



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

100% ПОСТОПЛАТА-

жесткое условие, учитывая начальный уровень развития рынка ивент-услуг



- Агентства в большинстве случаев представляют собой компании малого и среднего бизнеса. Вопрос оборотных средств является критичным для них
- Ключевая компетенция ивент-агентства – организация мероприятий, а не финансовое обеспечение проектов
- Условия большинства подрядчиков - 100% предоплата услуг

КОМИТЕТ по
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Постоплата. Рекомендации

Вариант 100% постоплаты проекта является возможным по взаимной договоренности Заказчика и Исполнителя. В этом случае рекомендуется:

- Строго прописывать и соблюдать сроки оплаты
- Указывать Вознаграждение Исполнителя за предоставление средств для проведения проекта,
- Закладывать в смету стоимость кредитования или рассчитанный коэффициент увеличения стоимости услуг.



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Принципы формирования комиссии Исполнителя

- **Комиссия от бюджета проекта - 10-15%**
 - Исполнитель может снижать комиссию по договоренности с Заказчиком (на 1-2%).
 - Значительное снижение комиссии Исполнителя (ниже 8%) противоречит экономической логике процесса
 - Исполнитель несет ответственность за те позиции, с которых он берет комиссию (гонорар)
 - Включение в смету оплаты специалистов
- **Фиксированный гонорар за проект**



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

4

Система оценки мероприятия

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Нужна ли вообще **оценка мероприятий**?

Как **Вы оцениваете** проведённые мероприятия?

Система оценки проведенного мероприятия

комплексный подход к оценке мероприятия, позволяющий получить **качественную обратную связь** от Заказчика и Участников мероприятия.

Существует два вида **оценки** проведенного **мероприятия**:

- **стратегическая**
- **качественная**

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ

ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

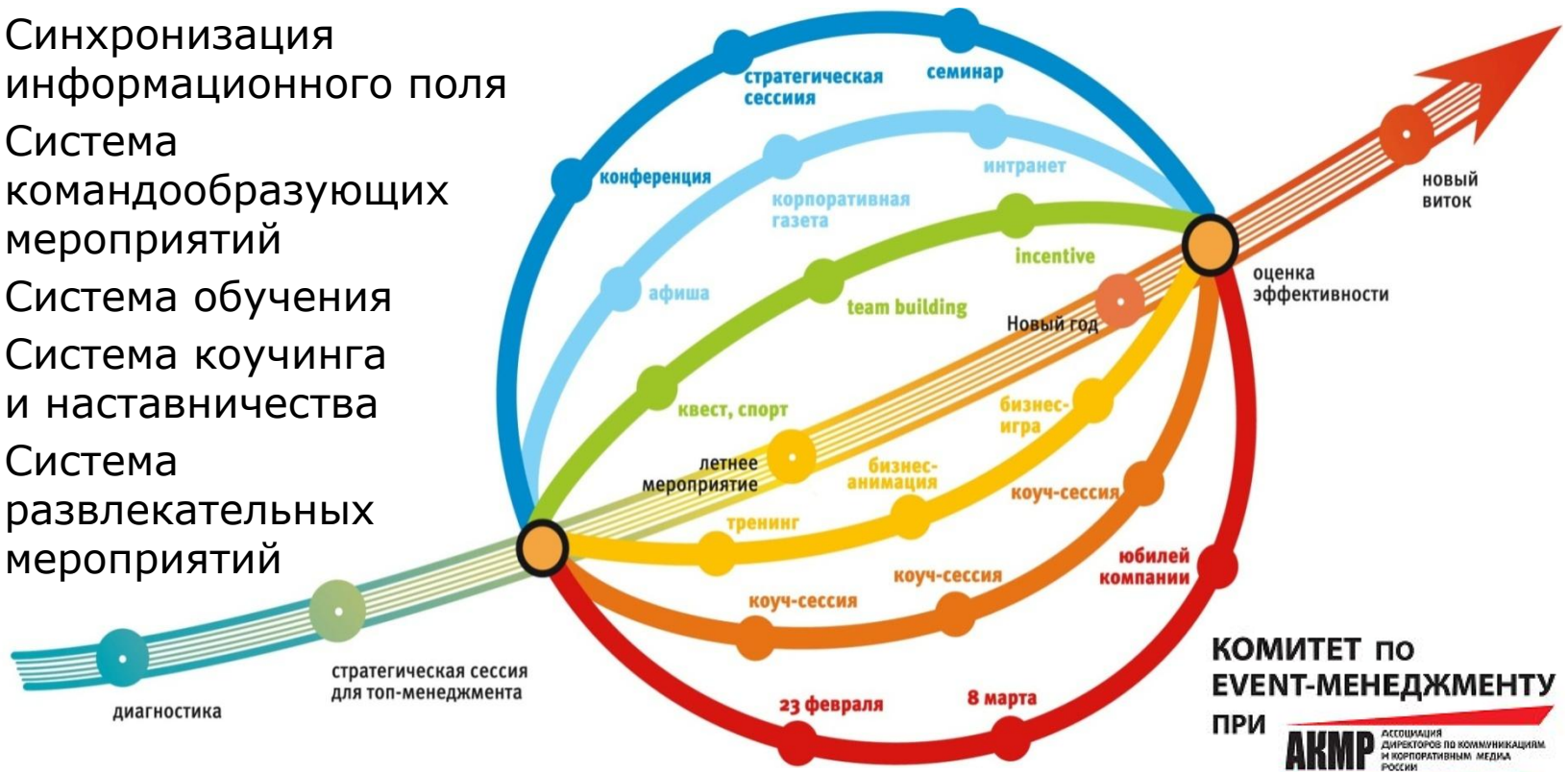
Стратегическая оценка

**определяет уровень эффективности мероприятия
относительно стратегических целей компании**

Что будем оценивать...

- лояльность сотрудников компании
- удовлетворенность
- понимание целей и стратегии компании
- вовлеченность в реализацию целей и стратегии компании

- Система мероприятия по разъяснению и каскадированию виденья, ценностей и целей компании всем уровням
- Синхронизация информационного поля
- Система командообразующих мероприятий
- Система обучения
- Система коучинга и наставничества
- Система развлекательных мероприятий



Качественная оценка мероприятия

определяет уровень качества каждого конкретного мероприятия.

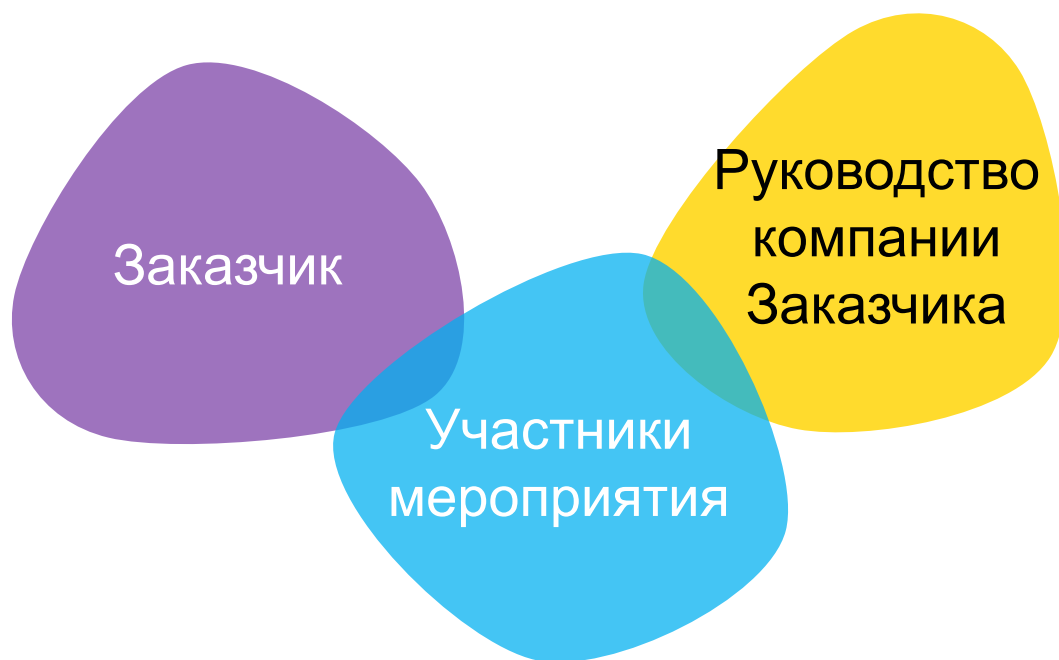
**КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ**

ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Кто оценивает мероприятие

- **Заказчик** (обязательно)
- **Участники мероприятия** (обязательно)
- **и руководство компании Заказчика** (желательно)



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР
АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Заполнение анкеты

Заказчик мероприятия заполняет анкету, в которой оценивает мероприятие по **10-ти бальной шкале** по параметрам:

- **соответствие целям** мероприятия
- **качество** (кейтринг, клиннинг, ведущий, звук и т.д. – отдельно оценивается каждая позиция)
- **соответствие бюджету** мероприятия
- **эффективности взаимодействия** с Исполнителем (экаунт, проджект, оперативность реагирования, гибкость взаимодействия)

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Заполнение анкеты

Участники мероприятия заполняют анкету, в которой оценивают качество мероприятия (по отдельным позициям) по 10-ти бальной шкале, а также **отвечают на вопросы о целях мероприятия.**

Вспомогательный ресурс для опроса Участников мероприятия: <http://www.surveymonkey.com>

Заполнение анкеты

Руководство компании заполняет анкету, в которой оценивает мероприятие по **10-ти бальной шкале** по параметрам:

- **соответствие целям** мероприятия
- **качество** (кейтринг, клиннинг, ведущий, звук и т.д. – отдельно оценивается каждая позиция)
- **соответствие бюджету** мероприятию

КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ

ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ

Шкала оценки мероприятия

В системе оценки проведенного мероприятия используется **10-бальная шкала**, в которой за «отлично» принимается оценка «8», «удовлетворительно» - «6», оценка ниже 5 – «неудовлетворительно» и т.д.



Далее Агентством производится **суммирование результатов трех анкет**, выведение среднего бала – **итоговая оценка**.

Назначается **встреча с Заказчиком**, на которой обсуждаются все пункты анкеты, и составляется **experience-list**.



КОМИТЕТ ПО
EVENT-МЕНЕДЖМЕНТУ
ПРИ

АКМР АССОЦИАЦИЯ
ДИРЕКТОРОВ ПО КОММУНИКАЦИЯМ
И КОРПОРАТИВНЫМ МЕДИА
РОССИИ



Спа
си
бо

за внимание!