

EVENT MANAGEMENT

ETAP II

PLANOWANIE

ORGANIZACJA

ZARZĄDZANIE PROJEKTEM EVENTOWYM



16 GODZIN
PRAKTYCZNEGO
SZKOLENIA



E-VENT BOOK
"CHECKLISTA
EVENTOWA"



MATERIAŁY
SZKOLENIOWE



CERTYFIKAT
W DWÓCH WERSJACH
JĘZYKOWYCH



BOGATA
BIBLIOGRAFIA



POMOCNE
WZORY
DOKUMENTÓW

CO ZYSKASZ?



zrozumiesz znaczenie wydarzeń w strategii marketingowej firmy.



poznasz procesy ułatwiające tworzenie koncepcji eventowych realizujących cele firmy/marki.



dowiesz się jak budować doświadczenia uczestników, które przełożą się na lojalność wobec firmy/marki.



poznasz tajniki sprawnej reżyserii eventowej i nauczysz się tworzyć odpowiednie dokumenty eventu.



dowiesz się jak umiejętnie zarządzać projektem, co pomoże ci sprawnie realizować event, kierować zespołem i współpracować z klientem i podwykonawcami.



nauczysz się efektywnie zarządzać budżetem i opanujesz skuteczne metody mierzenia efektów realizowanych wydarzeń.



uzyskasz informację na temat zasad prawa obowiązujących w odniesieniu do organizacji eventów.

KOSZT DLA JEDNEJ OSOBY NA SZKOLENIU OTWARTYM

1250 ZŁ NETTO + 23% VAT

INTERESUJE CIĘ SZKOLENIE ZAMKNIĘTE NAPISZ DO NAS: DLAFIRM@SWIATEVENTOW.COM

ZAPISY NA SZKOLENIE OTWARTE PRZEZ FORMULARZ NA STRONIE WWW.SWIATEVENTOW.COM

1. EVENT MARKETING

- Rola i znaczenie event marketingu – korzyści i zagrożenia dla firm.
- Planowanie wydarzeń zgodnych z celami firmy – podejście strategiczne i operacyjne.
- Rodzaje wydarzeń i ich charakterystyka pod kątem osiągnięcia efektów biznesowych.
- Grupy docelowe eventów – ich potrzeby oraz motywacja działania.

WARSZTAT: Analiza grup docelowych eventów.

CASE STUDY: Przykłady różnych wydarzeń z Polski i zagranicy.

2. EVENT CONCEPT

- W pogoni za briefem idealnym – rodzaje briefów i ich elementy składowe.
- SMART kryteria w analizie briefu klienta.
- BIG IDEA – proces kreatywnego tworzenia koncepcji eventowych.
- Screening – przekładanie idei na konkretne rozwiązania strategiczne.
- Budowanie pozytywnego brand experience.
- Sztuka tworzenia dobrych scenariuszy eventowych.
- Reżyser eventowy – szara eminencja sukcesu na scenie.

WARSZTAT: Analiza briefu klienckiego i priorytetyzacja celów wydarzenia.

BRAIN STORM: Pobudź się do kreatywnego myślenia.

BRAIN STORM: Tworzenie koncepcji wydarzenia w odpowiedzi na brief.

WARSZTAT: Budowanie scenariusza eventowego dla różnego typu wydarzeń.

CASE STUDY: Przykłady brand experience na wydarzeniach.

DOKUMENTY EVENTOWE: Brief eventowy, przykładowa agenda wydarzenia oraz scenariusz reżyserski.

3. EVENT MANAGEMENT (ZARZĄDZANIE PROJEKTEM EVENTOWYM)

- Zarządzanie projektem a zarządzanie eventami – przekładamy teorię na praktykę.
- Fazy projektu eventowego i ich specyfika.
- Komunikacja w zespole projektowym – najczęstsza przyczyna nieporozumień w trakcie projektu.
- Zarządzanie zespołem projektowym – pracownicy, podwykonawcy, klient.
- Metodologia zarządzania projektem. Jak tworzyć harmonogramy projektowe? Jak planować pracę zespołu? Z jakich narzędzi korzystać, aby usprawnić pracę nad eventem?
- Sześć najważniejszych dokumentów eventowych, które ułatwiają życie event managera.
- Punkty krytyczne montażu i produkcji, czyli jak nie stracić panowania nad realizacją eventu?
- Rodzaje ewaluacji projektu na trzech poziomach współpracy: z prelegentami, dostawcami, klientami.

WARSZTAT: Gdzie kucharek sześć... – jak okiełznać chaos w projekcie?

WARSZTAT: Zarządzanie projektem na przykładzie wybranego eventu – kreacja, planowanie, zarządzanie zadaniami i zespołem, tworzenie dokumentacji eventowej.

DOKUMENTY EVENTOWE: Ścieżka krytyczna, książka produkcyjna; agenda techniczna, agenda montażu itp.

1. WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI I OBSŁUGA KLIENTA

- Pięć zasad dobrego account managera.
- Efektywne budowanie relacji z klientem. Gdzie jest granica asertywności?
- Jak wybrać dobrego dostawcę usług eventowych? Najważniejsze kryteria wyboru i sygnały ostrzegawcze.
- Procedury ułatwiające współpracę z klientem i dostawcami eventowymi.
- Biznesowy dystans czy przyjacielska relacja, czyli jak budować relacje z podwykonawcami?

SYMULACJA: Scenki sytuacyjne: klient kontra agencja, agencja kontra podwykonawca.

DOKUMENTY EVENTOWE: Przykładowe dokumenty działu client service w agencji eventowej.

2. BUDŻET EVENTU

- Efektywne zarządzanie kosztami. Rodzaje kosztorysów.
- Jak wyceniać swoje usługi? Polityka wynagrodzeń za event.
- Dodatkowe sposoby finansowania wydarzeń.
- Ważne aspekty natury księgowej.
- Trudne tematy finansowe i sztuka negocjacji.
- Pięć najczęstszych błędów popełnianych w trakcie budżetowania eventów.

DOKUMENTY EVENTOWE: Przykładowy kosztorys wydarzenia.

3. EVENT ROI

- Czy event można ocenić pod kątem zwrotu z poniesionej inwestycji?
- Mierzenie efektywności eventu – kryteria oceny i sposoby pomiaru.
- Tworzenie koncepcji eventu a prezentacja jego efektów.

WARSZTAT: Gdzie szukać efektów na ewencie?

CASE STUDY: Analiza skuteczności wybranych projektów eventowych.

4. PRAWO W EVENTACH

- Ustawa o usługach turystycznych – kto może organizować wydarzenia?
- Kiedy event podlega pod ustawę o imprezach masowych?
- Zbieranie i przetwarzanie danych osobowych w trakcie wydarzeń promocyjnych.
- Reklama i sponsoring produktów sensoryjnych.
- Loterie i konkursy podczas wydarzeń, czyli ustawa o grach hazardowych.
- Wykorzystanie wizerunku uczestników wydarzenia.
- Prawo autorskie i współpraca z ZAiKS, STOART, ZPAV, SAWP.
- Jak chronić swoją koncepcję kreatywną na etapie przetargu?

DOKUMENTY POMOCNICZE: Bibliografia prawnicza, najważniejsze fragmenty ustaw.

5. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

- Umowy eventowe – zapisy ważne i niebezpieczne w umowach z podwykonawcami oraz klientem.
- Ubezpieczenia wymagane w branży eventowej.
- Rodzaje ryzyka w zależności od eventów.
- Kryzys – jak nim zarządzać w trakcie wydarzenia?

WARSZTAT: Analiza kryzysów eventowych na podstawie dwóch metodologii.

DOKUMENTY EVENTOWE: Przykładowa umowa z klientem na realizację eventu, arkusze ryzyka.

6. PODSUMOWANIE SPOTKANIA

Na koniec będziesz mógł sprawdzić czego się nauczyłeś wypełniając TEST*

* Test nie jest egzaminem, jego wynik nie wpływa na otrzymanie certyfikatu ukończenia szkolenia.

Jesteśmy wyznawcami teorii Arystotelesa

“WE LEARN BY DOING”,

dlatego największy nacisk w procesie przekazywania wiedzy kładziemy na praktyczne warsztaty”

zajrzyj na nasze kanały:



TRENER

NINA Żukowska

CEO, ŚWIAT EVENTÓW

Założycielka Świata Eventów, pasjonatka komunikacji event marketingowej oraz praktyk w zakresie organizacji wydarzeń. Niemal od dekady związana jest z branżą eventową, która stała się dla niej nie tylko pracą, ale przede wszystkim pasją. Dzięki bogatemu doświadczeniu zawodowemu poznała świat eventów z różnych stron: agencji, klienta i podwykonawcy.

W jej wieloletniej przygodzie eventowej kluczową rolę odegrała agencja Havas PR Warsaw (dawne Euro RSCG), w której zarządzała działem eventów oraz była odpowiedzialna za realizację projektów na rzecz takich firm i marek jak: Orange, TP, Samsung, Johnnie Walker, Volvo, Swarovski, Readers Digest, Velvet, Desperados, 3M Poland, L'oreal, Dulux, Menolly Poland, Real Management, BNP Paribas Real Estate. To doświadczenie pozwoliło na wniknięcie w świat eventów i poznanie wszelkich mechanizmów związanych z organizacją wydarzeń, obsługą klienta oraz działaniami nowo biznesowymi. To właśnie wtedy jeden z jej projektów otrzymał nagrodę Złoty Spinacz w kategorii Event Komercyjny, a w trakcie innego eventu ustanowiony został rekord Guinnessa.

Od pięciu lat realizuje się również jako trener eventowy. Jej dotychczasowe działania w tym zakresie związane były z Event Manager Training Group, gdzie prowadziła swoje szkolenia z zakresu event management i sponsoringu oraz sprawowała nadzór nad merytoryczną zawartością oferty szkoleniowej firmy. Jako wykładowca współpracuje również z Wyższą Szkołą Promocji oraz Szkołą Mistrzów Reklamy. Jest właścicielką agencji New Event Story i partnerem w Advanced Communication.

Odbiorcami jej szkoleń byli pracownicy korporacji odpowiedzialni za organizację wydarzeń, pracownicy i właściciele agencji eventowych, przedstawiciele obiektów oraz osoby rozpoczynające swoją przygodę z eventami; dzięki temu miała okazję poznać potrzeby, obawy, kierunki rozwoju każdej ze stron. Zdobyte doświadczenie korporacyjne oraz szkoleniowe sprawiło, że rozumie potrzeby firm, agencji, podwykonawców oraz konsumentów i tę wiedzę praktyczną wykorzystuje w trakcie swoich szkoleń.

**NINA PROWADZI RÓWNIEŻ SZKOLENIE
EVENT MANAGEMENT - PLANOWANIE, ORGANIZACJA
I ZARZĄDZANIE PROJEKTEM EVENTOWYM
ETAP I**

**SPRZEDAŻ W BRANŻY EVENTOWEJ ETAP II
-TWORZENIE OFERT EVENTOWYCH**

