

«Организация массовых мероприятий»

Массовое мероприятие - это заранее спланированное и определенное по месту, времени, количеству участников и причинам собрание людей, носящее характер праздника, культурного или рекламного мероприятия, либо деловой встречи.

В зависимости от целей и задач массовые мероприятия можно разделить на следующие виды:

- 1. Культурно-спортивные и зрелищные:** концерты, спортивные соревнования, праздничные представления.
- 2. Рекламно-коммерческие** (ярмарки, презентации, распродажи и т.д.).
- 3. Деловые встречи и приемы** партнеров по бизнесу (собрания акционеров, а также иные встречи и приемы, проводимые в форме шведского стола, фуршета или коктейля).
- 4. Иные массовые мероприятия:** к ним можно отнести свадьбы, банкеты и собрания по поводу различных юбилеев, торжеств.

Содержанием таких рекламно-коммерческих мероприятий, как ярмарки, распродажи, презентации является:

- организация выставочной экспозиции нескольких десятков фирм с образцами их продукции и рекламой оказываемых ими услуг;
- проведение в ходе ярмарки презентации фирм, которая состоит в представлении фирмы или ее нового изделия;
- короткие выступления руководителей фирм и их ведущих специалистов, в которых гостям выставки или презентации предлагаются итоги и планы деятельности фирмы и ее продукции;
- проведение распродажи ярмарочных образцов и определенного количества изделий и продукции фирмы;
- дополнение деловой части ярмарки и презентации развлекательной программой, концертными выступлениями и угощением гостей.

Классификация и виды мероприятий

Классификация мероприятий весьма разнообразна. Критерием здесь может выступать возраст участников (детские, семейные, праздники для пенсионеров); масштаб охвата (частные, корпоративные, городские, региональные, всероссийские); тематика (народные, социальные,).

Шаги для организации успешного мероприятия

1. Выбрать вид мероприятия

Виды возможных мероприятий в школе:

- тематические (например: День знаний, день учителя, новый год и т.д.)
- образовательные (например: школы актива, мастер-классы, исторические квесты)
- развлекательные (например: дискотеки и т.д.)

2. Уделить внимание планированию

В плане продумайте логистику, контент и продвижение мероприятия. Подготовьте список главных задач, а потом максимально детализируйте в виде конкретных шагов, которые необходимо сделать. Важно указать в плане время, необходимое для выполнения задачи.

Например, это можно сделать с помощью таблицы. Делите лист на 4 части. 1- Что вам необходимо сделать, 2 – Время, 3 – Кто ответственный, 4 – Что необходимо сделать.

3. Конкретика в деталях

Если хотите приятно удивить своих гостей, продумайте все до мелочей: как проходит регистрация, кто и в каком виде встречает участников, какая играет музыка, есть ли у вас интересный фотоугол, как оформлены ваши презентации и одета команда, чем заполнены перерывы.

Например, во время регистрации можно предоставить участникам возможность посетить интерактивные площадки, поиграть в игры или посмотреть информативные видео.

Постарайтесь удивить людей и создать wow-эффект, превысите их ожидания в самых обыденных вещах. Именно это создает атмосферу мероприятия.

4. Проверьте локацию и продумайте план «Б»

Всегда проверяйте локацию лично еще на этапе ее выбора. В самый неожиданный момент может выясниться, что в зале плохо работает кондиционер или микрофоны не работают, поэтому тестируйте такие моменты заранее.

5. Распределите зоны ответственности

Очень важно распределить задачи между членами команды не только на этапе подготовки, но и во время проведения мероприятия. Распределите ответственность людей по зонам. Например, кто-то отвечает за зону регистрации, кто-то за встречу спикеров, кто-то за технику, , кто-то за

взаимодействие с медиа и т.д. У каждого должна быть своя зона, которую нужно контролировать все время мероприятия.

Раздайте всей команде документ с распределением обязанностей, чтобы каждый знал, к кому с каким вопросом обращаться.

6. Рассказать о мероприятии своей аудитории

Не стоит недооценивать время, необходимое для успешного продвижения мероприятия. Делайте анонсы о своих мероприятиях в социальных сетях, чтобы уже ваша аудитория владела информацией. Откройте какие то фишки мероприятия.

7. Сделать финальную проверку за сутки до мероприятия

Убедитесь, что вы сообщили участникам, как добраться до локации, пригласили всех важных гостей, подготовили печатные материалы, аудио- и видео контент. Проверьте, все ли верно понимают свои задачи и зоны ответственности, готово ли помещение. Для этого составьте чек-лист.

Аналогичные чек-листы можно составить и для проверки готовности в день мероприятия: все ли на своих местах, все ли работает, все ли идет по графику.

Обязательно распечатайте программу мероприятия, пусть она будет у всех членов команды и волонтеров. Также сообщите всем основные контактные номера для связи друг с другом или на случай экстренных ситуаций.

8. Попросить обратную связь

Скорее всего, после мероприятия вы будете уставшими и довольными, но вам будет сложно объективно оценить, как все прошло. Поэтому попросите участников заполнить распечатанные оценочные листы в конце события или онлайн-форму по возвращении домой.

Пускай они оценят разные аспекты: логистику, спикеров, место проведения и работу организаторов. Эта информация поможет избежать ошибок в будущем и улучшить качество ваших событий. Если есть возможность, соберите отзывы посредством социальных сетей или запишите видеотзывы в конце мероприятия. Это пригодится, если ваше событие будет организовано снова.