

KAKO ORGANIZOVATI DOGAĐAJ – UPUSTVO „GRAD KULTURE“

Dragi korisnici dobrodošli na sajt Grad kulture!

Kako biste uspješno koristili sajt a u želji da vam pomognemo da organizujete sopstveni događaj nudimo mini uputstvo za organizaciju događaja.

IDEJA:

Kada je vaša ideja o događaju koji želite organizovati jasna i razvijena do sitnih detalja, potrebno je razviti koncept koji će vaš događaj izdvojiti od sličnih i učiniti ga konkurentnim. Vaš događaj biće nečije novo iskustvo zato je potrebno ozbiljno pristupiti dizajnu, izboru lokacije, koristiti tehnologije koje olakšavaju poslovanje, uspostaviti saradnju i partnerstvo sa kompanijama koje vam mogu biti od koristi.

Nakon što ste definisali cilj, tj. svrhu koju želite da ostvarite, potrebno je odrediti ciljnu grupu, vašu publiku kojoj prezentujete ideju, bilo da prodajete ili lansirate određeni proizvod, prikupljate sredstva ili se bavite obrazovanjem. Odabir ciljne grupe nikako ne smije biti potcijenjen jer je vaša publika ključ za pronalaženje sponzora ili partnera. Događaj uvijek treba prilagoditi ciljnoj grupi i u skladu sa tim razmotriti lokaciju i vrijeme događaja.

Dnevni red takođe mora biti precizno definisan. U zavisnosti od toga da li želite da organizujete cjelodnevni događaj ili radionicu koja će trajati nekoliko dana i ko su govornici koje možete pozvati, zavisice i traženje prave lokacije, partnera i vaših potencijalnih sponzora.

LOKACIJA:

Cilj je pronaći lokaciju na kojoj će vaši i interesi vaše ciljne grupe biti usklađeni.

PARTNERI I SPONZORI:

Jako je bitno pronaći odgovarajuće partnere i sponzore koji će pomoći vaš događaj. Imajući u vidu da je sponzorstvo način povezivanja brendova, bitno je da potencijalnim sponzorima predočite koristi koje im sponzorstvo pruža, pokazati im zbog čega je ono dobro za promociju njihovog brenda.

PROMOCIJA:

Definisati marketinške kanale koje ćete koristiti za promociju događaja i kreirati vremenski okvir sa svaku fazu marketinga. Koristiti adekvatnu analitiku za praćenje efikasnosti kampanje i procjenu događaja u cjelini.

Bilo da koristite tradicionalne marketing metode ili prednosti digitalne zajednice i online marketinga, vaš sadržaj mora biti ubjedljiv i vjerodostojan-što je najsnažniji alat naručito u svijetu online promocije i korišćenja u tu svrhu društvenih mreža.

Pronalaženje odgovarajućeg medijskog partnera vašoj promociji daće i dodatni značaj.

BUDŽET:

Dok planirate svoj događaj razmotrite i troškove i prihode jer je preciziran budžet neophodna stavka u svakoj organizaciji.

EVALUACIJA:

Na kraju, kako biste analizirali cjelokupan proces, bilo da mjerite prodaju ili prisustvo ulaznica, tražite povratne informacije od učesnika ili provjeravate učinak čitavog procesa planiranja, obavite evaluaciju koja će vam pomoći da dobijete i informacije od koristi za vaše buduće organizacije i planiranja događaja.

Uspješnom događaju je potrebno vrijeme, planiranje i pažnja usmjerena na detalje.

Imajte u vidu 10 jednostavnih koraka koji će pomoći da organizujete događaj bez greške-svaki put!

1. Rano planiranje,
2. Identifikovanje svrhe i cilja,
3. Priprema detaljnog i specifičnog akcionog plana,
4. Upravljanje budžetom – pažljivo i koncizno, uzimajući u obzir sve troškove,
5. Aktivna i ciljana promocija događaja,
6. Maksimiziranje resursa – uključite u organizaciju događaja sve potencijalne zainteresovane od samog početka planiranja,
7. Očekujte neočekivano – budite fleksibilni, spremni na kompromise ne gubeći iz vida početnu svrhu, tj. cilj koji želite ostvariti,
8. Učinite da vaš događaj bude dostupan svima koji pripadaju vašoj ciljnoj grupi (obezbijedite prevodioce ukoliko postoji potreba, potrudite se da zadovoljite potrebe posebnih interesnih grupa ako su uključeni u događaj),

9. Pokažite zahvalnost ! – svima koji su učestvovali, volontirali, omogućili da se događaj ostvari – pravite tako svoju bazu resursa i za neku narednu priliku,
10. Evaluacija – nepristrasna, objektivna uz detaljan pregled stavki šta je funkcionisalo idealno a šta može biti unaprijeđeno kako bi sledeći događaj bio još uspješniji.

Na kraju, odgovorite na pitanje da li ste i koliko dobro ostvarili svoj cilj, svrhu zbog koje ste se i upustili u cijeli proces.