



Brief: PLAN ORGANIZARE EVENIMENT

Client:

Produs:

Domeniu de activitate:

Stimate client,

în scopul de a vă oferi cele mai bune servicii, care să corepundă nevoilor și așteptărilor Dumneavoastră, vă rugăm să completați în linii mari acest brief de agenție. În urma verificării informațiilor primite de la Dumneavoastră vom concepe o strategie de abordare și organizare a evenimentului pe care vi-l vom înainta spre analiză.

A. Descriere eveniment

Se va lăsa necompletat de către client

în viziunea organizatorului: concept, desfășurare, scopuri urmărite, cum se integrează în activitățile clientului, i.e. aduce clienți, contracte, sporește vizibilitatea, crește awareness-ul, are rol de teambuilding, are scop caritabil etc.

A.1. nume eveniment :

- clientul este rugat să ofere cel puțin o explicație minimală a scopului urmărit prin eveniment

- propuneri de nume pentru eveniment vor fi discutate împreună cu echipa de organizare

A.2. calendar de bază: timp de proiectare eveniment + timp de desfășurare + timp de followup (*date estimate și dorite de client vor fi confruntate cu propunerile organizatorilor*)

A.3. Cost esențial: *bugetul estimat ca investiție în organizarea și desfășurarea evenimentului*

A.4. Public țintă: *care e publicul principal căruia dorește să i se adreseze clientul?*

A.5. Tip proiect: client + organizator, organizator sau parteneriat

A.6. Scopul evenimentului (*sintetizat într-o singură propoziție*)





B. Arhitectură eveniment (*sugestii despre cuprinsul evenimentului, momente incluse, activități practice, prezentări și aplicații etc.*)

B.1. Cine participă? (*public estimat*)

B.1.1. **Client**, dacă da, cine și care este scopul acestuia:

B.1.2. **Organizator**, dacă da, cine și care este scopul acestuia:

B.1.2. **Procentual participare client și organizator** dacă se aplică, persoane de contact pentru ambele părți, tip de comunicare: întâlniri + frecvență, comunicare telefon/mail etc.

B.1.3. **Participanți:** (*tipologia acestora în viziunea clientului*):

(*datele vor fi completate ulterior și de organizator*)

- cum sunt selectați, (*procedura de selecție a participanților*)

- de ce sunt selectați?,

- cum vor fi contactați, invitați și convingși să participe? (*se va completa de către organizator în urma obținerii unui profil minimal al participanților din partea clientului*)

B.1.4. Parteneri existenți sau doriți, dacă este cazul;

B.1.5. Parteneri media, dacă este cazul;

B.1.6. Invitații mass-media pentru cronică evenimentului;

B.1.7. Sponsori

B.2. Când are loc?

B.2.1. Plan de desfășurare, calendar primar de desfășurare a pregătirii evenimentului și desfășurării propriu-zise, evenimente care premerg și care continuă evenimentul. (*se va completa de către organizator*)

B.2.1.1 Se vor lua în calcul: concertele, conferințele, evenimentele de divertisment din perioada în care se consideră că va avea loc evenimentul descris.





a. Interferează acestea cu evenimentul?

b. influențează acestea interesul publicului țintă pentru evenimentul propus?

B.2.2. Motivația selectării: perioadei, lunii, zilei, segmentului orar. Interdicții și facilități ridicate de aceste alegeri. *(clientul este rugat să motiveze)*

B.2.3. Condiții meteo prospective, în cazul în care acestea ar putea afecta evenimentul în desfășurarea acestuia. *(se va completa de către organizator)*

B.2.4. Există persoane care nu vor participa din cauza alegerii momentului evenimentului? *(se va completa de către organizator)*

B.3. Care sunt componentele evenimentului?

B.3.1. **Scopul:** Prezentare concept-produs, divertisment, teambuilding, caritabil, aniversare, eveniment monden, eveniment presă, eveniment fashion, eveniment lansare, eveniment comemorativ, nuntă, botez, petrecere burlaci/burlăcițe, lansare concept nou, prelegere, vizită externă/oficială, nominalizări, aderări, premii. *(clientul este rugat să își aleagă componentele evenimentului prin enumerarea lor mai jos. În cazul în care scopul evenimentului nu se regăsește în lista propusă de noi, vă rugăm să atașați ma jos și opțiunile dumneavoastră)*

B.3.2. Timeline de eveniment

B.3.2.1. Dacă este vorba de un scenariu, cum se vede acesta în desfășurarea lui ca:

(clientul este rugat să ofere succint propria viziune despre eveniment, urmând ca echipa organizatoare să detalieze aceste componente)

- **pregătire** (întâlniri, stabiliri, furnizare, pregătire, montare, selecție locație, pregătire locație, invitații, verificare invitații, primire apeluri participanți, linie de ajutor pentru participanți, îndrumări de transport și de cod al evenimentului: cum se ajunge, care e sentimentul dinainte de eveniment, ce ținută, participanții sunt invitați cu/fără familie, există costuri ridicate de participare, dacă da, care, există elemente surpriză care să incite participantul?),

- **desfășurare** (cine se ocupă de locație, cine se ocupă de furnizare, cine se ocupă de primire invitați, cine se ocupă de întreținere invitați, cine cronometrează evenimentul, cine anunță





momentele cheie ale evenimentului, cine se ocupă de PR eveniment și relație cu media la fața locului, cine se ocupă de relația cu furnizorii externi în timpul evenimentului, cine închide evenimentul, cine se ocupă de locație, logistică etc. după eveniment), *se va completa de către organizator în urma consultării prealabile cu clientul.*

- followup (mulțumiri participanți și invitați media, solicitare directă/indirectă de feedback, întâlnire internă de evaluare a evenimentului și stabilirii punctelor forte și slabe, mediatizare a evenimentului).

B.3.2.2. Componente și resurse

B.3.2.2.1. Resurse materiale: *(vă rugăm selectați din lista propusă suporturile media dorite):*

Offline: bannere, inserturi presă, invitații, efecte de curierat, bază de date invitați, listă cerințe clienți, promovare sponsori și parteneri, invitații media, mijloace audio+vizuale, mijloace de mobilier necesare, mijloace de prezentare, standuri, elemente de înfrumusețare/decorațiuni florale, servicii de catering, elemente necesare pentru divertisment etc. *(organizatorul își rezervă dreptul de a propune ajustări ulterioare, motivând alegerile făcute)*

Online: bannere, inserturi presă online, advertoriale, implicarea unei comunități online, social media buzz, promovare virală, microsite, newsletter, WOM etc.

B.3.2.2.2. Amplasament

(Clientul este rugat să ofere câteva detalii despre tipul de spațiu considerat adecvat evenimentului)

Ex. Spațiu public vs. spațiu logistic, spațiu filtru intrare, scenă, spațiu spectatori, spațiu prezentare, spațiu bufet/masă, spațiu respiro,lounge, spațiu dans, spațiu muzică, spații toalete, spații pentru copii, localizare, localizare clădire, tip de acces, spații parcare.

B.3.2.2.3. Resurse umane *(vă rugăm selectați din lista propusă)*

Personal client, personal organizator, pază, servire, ghidare, divertisment, transport

(organizatorul va defini lista personalului în funcție de bugetul și cerințele evenimentului)





B.3.2.2.3. Alte resurse, dacă există și care sunt (*Clientul este rugat să ofere detalii despre eventualele sale cerințe speciale. Acestea vor fi analizate împreună cu echipa de organizare*)

B.4. Care sunt costurile estimative ridicate de fiecare element din secțiunea anterioară? (*se va completa de către echipa organizatoare după stabilirea detaliilor mai sus menționate*)

B.4.1. Costuri interne: care sunt, cine le suportă, care este gradul de fezabilitate? (*se va completa de către echipa organizatoare după stabilirea detaliilor mai sus menționate*)

B.4.2. Costuri externe: furnizori (*se va completa de către echipa organizatoare după stabilirea detaliilor mai sus menționate*)

B.4.2.1. Selecție furnizori: ce furnizori dedicați există, ce furnizori sunt selectați prin oferte, cine se ocupă de selecție, care sunt criteriile de selecție?

B.4.6. Costuri posibile (*se vor stabili de către echipa de organizare după evaluarea bugetului clientului*)

B.4.7. Plan de economie (*Clientul este rugat să specifice care sunt cheltuielile considerate de evitat?*)

B.5. Care sunt resursele țintă? (*tipologia acestora în viziunea clientului – componentă de reamintire în vederea definitivării unui profil de public*)

Clienti, participanți, public larg, public media, invitați media, invitați onorifici, invitați de prestigiu, invitați pe categorii, predicții referitoare la participarea acestora.

C. Eveniment – sidebars

(*detalierea planului de eveniment și timpilor de desfășurare se vor realiza în urma informațiilor obținute din partea clientului*)

