



Marketing e Organizzazione degli Eventi

Stella Romagnoli





Lezione 15

Professionalità richieste nel settore degli eventi



Lavorare negli eventi

- Parleremo di prospettive di lavoro e specializzazioni per coloro che pianificano una carriera nel mondo degli eventi
- Conoscenze di **psicologia**, **comportamento della folla**, **processo decisionale** dei clienti, **management finanziario**, management delle **risorse umane**, **marketing**, **sicurezza**, **logistica**, conoscenze **legali** e di **risk management** sono necessarie per questo lavoro...
- Però l'**adrenalina** che si prova fa dimenticare tutte le difficoltà e i problemi...
- Nonostante la fatica e la mancanza di sonno... è sempre un **lavoro divertente!**

Opportunità di lavoro

- A parte la posizione di **manager degli eventi**, che richiede educazione, training ed esperienza in altre posizioni, ci sono diversi altri ruoli nel settore che riguardano le aree funzionali come quelle:
 - Operative sul sito
 - Catering
 - Tecnologia
 - Amministrazione
 - Ecc.

Posizioni possibili

- Ruoli nel mondo degli eventi:
 - Direttore clienti
 - Account/new business
 - Responsabile Amministrazione e finanza
 - Direttore Risorse umane
 - Coordinatore Volontari
 - Manager dell'Entertainment
 - Direttore artistico
 - Produzione
 - Responsabile comunicazione e PR
 - Marketing manager
 - Venue manager
 - Manager della logistica e della programmazione operativa
 - Responsabile Catering
 - Direttore suono e luci, ecc.

I compiti dell'event manager

- Come responsabile dell'organizzazione dell'evento, l'event manager deve:
 - Sviluppare il concetto dell'evento, definirne gli obiettivi
 - Esaminare la fattibilità dell'evento per massimizzarne i punti di forza e le opportunità
 - Condurre l'analisi di risk management per minimizzare i rischi
 - Sviluppare il piano di marketing dell'evento
 - Sviluppare l'analisi di budget, break-even e cash-flow
 - Preparare i piani operativi ed ottenere il consenso degli stakeholders e l'approvazione da parte dei clienti
 - Organizzare lo staging dell'evento
 - Sviluppare i piani per la sicurezza
 - Sviluppare le politiche e le procedure per la logistica e la parte operativa
 - Sviluppare il sistema di monitoraggio e controllo e redigere il report di valutazione da presentare agli sponsor/stakeholders

I compiti del venue manager

- Il responsabile del sito dove si svolge l'evento deve:
 - Sviluppare il diagramma del sito, con dimensioni e specifiche (mappe e rendering)
 - Negoziare i contratti, le forme di pagamento e gli anticipi
 - Negoziare la struttura organizzativa dello staff con l'organizzatore dell'evento (responsabilità della pulizia e la sicurezza)
 - Discutere le necessità del sito riguardo alla performance e agli spettatori
 - Rivedere la fattibilità dei piani operativi e della logistica
 - Assicurare lo sviluppo e l'implementazione dei piani di sicurezza e monitorare il sito per quanto riguarda salute, sicurezza e pulizia
 - Controllare equipaggiamento e asset

Aggiornamento

- Chiunque voglia pianificare una carriera nel mondo degli eventi deve rimanere aggiornato sui trend: non può rischiare di presentarsi con idee obsolete...:
 - Idee (www.bizbash.com)
 - Trend economici e turistici (visitare i siti del turismo...)
- E' importante essere creativi e informati!

Le agenzie di eventi in Italia

- K-Events del gruppo Filmaster
- Jakala events
- DPR
- MP group
- Alessandro Rosso
- Done



Preparare la proposta

Preparare la proposta per un evento

- Sviluppare la proposta dettagliata per un evento significa coprire tutti gli aspetti della pianificazione:
 1. Il concetto dell'evento
 2. Fattibilità dell'evento
 3. Permessi, licenze e assicurazioni
 4. Marketing
 5. Sponsorizzazioni e altre forme di finanziamento
 6. Management finanziario
 7. Risk management
 8. Pianificazione operativa
 9. Promozione dell'evento
 10. Staging
 11. Staff
 12. Sicurezza

1. Concetto dell'evento

- In questa sezione della proposta si descrive il concetto dell'evento: il lettore deve potersi fare un'idea dell'evento prima di entrare nei dettagli
 - Nome dell'evento
 - Tipologia
 - Location (regione, città, località)
 - Data/e, durata e timing
 - Panoramica generale dell'evento e scopo principale
 - Obiettivi
 - Quantità partecipanti, audience, ecc.

2. Fattibilità dell'evento

- Management responsabile per l'evento
- Principali stakeholders e agenzie coinvolte
- Strategia di marketing
- Strategia finanziaria (soprattutto in relazione ai ricavi)
- Strategia relativa alle risorse umane
- Impatti dell'evento (sociale, ambientale ed economico)
- Piano di risk management
- Overview dei piani operativi
- Overview della strategia di valutazione
- Timeline (gantt a livello di macro piani)

3. Permessi, licenze, assicurazioni

- In questa sezione si descrivono tutti i temi rilevanti in campo assicurativo e di compliance:
 - Permessi statali, regionali, comunali
 - Autorità per i trasporti e traffico (vigli urbani)
 - Polizia
 - Licenze per la distribuzione di liquori
 - SIAE
 - Permessi che riguardano l'impatto sull'ambiente
 - Assicurazioni
 - Contratti per i servizi e la sicurezza
 - Ecc.

4. Marketing

- Nella sezione dedicata al marketing dobbiamo presentare:
 - L'analisi della concorrenza
 - L'analisi di marketing e il planning:
 - Segmentazione di mercato
 - Analisi del fabbisogno del target (audience)
 - Analisi del processo decisionale del target
 - Programma di ticketing e strategia dei prezzi
 - Overview del piano promozionale

5. Sponsorizzazioni e fonti ricavi

- In questa sezione si spiegano le varie forme di ricavi (esterni):
 - Sponsorizzazioni (maggiori, minori, in cash e in beni e servizi)
 - Diritti di licenza
 - Donazioni
 - Merchandising
 - Ecc.

6. Management finanziario

- In questa sezione bisognerebbe presentare più piani di budget, basati su diverse assunzioni (es. diverse strategie di ticketing, scelta di location differenti, ecc.). Qui occorre considerare:
 - Le procedure finanziarie (che includono i sistemi di controllo e i sistemi di approvazione e pagamento)
 - Fonti di ricavo
 - Budget dettagliato (incluso le assicurazioni e i costi amministrativi per le licenze, i permessi, ecc.)
 - Piano dei prezzi basato sull'analisi di break-even
 - Analisi del cash-flow
 - Strategia di comunicazione dei risultati finanziari
 - Informazioni sulle tasse
 - Bilancio d'esercizio

7. Risk management

- In questa sezione bisogna guardare ai rischi strategici (es. perdita di un major sponsor...) proponendo le relative strategie di trattamento (la sicurezza rappresenta un capitolo a se stante):
 - Verifica del contesto
 - Identificazione dei rischi
 - Analisi dei rischi
 - Valutazione dei rischi
 - Trattamento dei rischi

8. Pianificazione operativa

- In questa sezione si entra nei dettagli operativi:
 - Mappe e rendering di sito e venue dell'evento
 - Piani temporali e di logistica
 - Servizi (elettricità e acqua)
 - Trasporti
 - Management del traffico, chiusura strade, impatto sul traffico locale
 - Parcheggi
 - Ingresso disabili, ecc.
 - Catering:
 - Providers, facilities, food safety plan
 - Waste management e impatto sull'ambiente:
 - Toilet, riciclaggio, inquinamento acustico, ambientale, ecc.
 - Pulizia

9. Promozione dell'evento

- Il piano promozionale include:
 - Il sito web
 - La pubblicità (creatività e piano mezzi)
 - Politica di PR, ufficio stampa
 - Programma dell'evento (design e stampa)
 - Brochure e BTL vario
 - Attività direct, emailing, ecc.

10. Staging

- Questa sezione copre la performance, l'intrattenimento o gli aspetti della competizione. Il tutto in termini "teatrali":
 - Tema dell'evento
 - Decorazioni
 - Layout/posti a sedere
 - Palco
 - Intrattenimento/spettacolo
 - Effetti speciali, luci
 - Suoni, musica
 - Programma di produzione, scaletta

11. Staff

- In questa parte si descrive la strategia sulle risorse umane, quanti impiegati e quanti volontari, analisi del lavoro e dei ruoli. Bisogna includere:
 - Gli organigrammi (prima dell'evento, durante e dopo)
 - Ruoli e job description
 - Politiche di selezione e assunzione
 - Turni
 - Training
 - Strategie di riconoscimento (badge, abbigliamento, ecc.)
 - Management dei volontari

12. Sicurezza

- In questa sezione vengono approfonditi alcuni dei temi del risk management plan relativi alla:
 - Sicurezza per l'audience
 - Sicurezza per performer e VIP
 - Salute e sicurezza per lo staff
 - Sicurezza per gli equipaggiamenti, la cassa, ecc.
 - Le politiche di comunicazione (meeting, emergency reporting, sistemi di comunicazione es.radio, ecc.)
 - Accessi di emergenza
 - Pronto soccorso

Management degli spettatori

- Questa sezione riguarda le politiche, le procedure e il contingency planning per la folla:
 - Pianificazione degli afflussi degli spettatori
 - Controllo d'ammissione
 - Politiche sulle lamentele, bambini che si perdono, violenza, risse, ecc.
 - Piani di contingenza:
 - Maltempo
 - Fornitura elettrica, telecomunicazioni, ecc.
 - Incendi
 - Incidenti
 - Annullamenti e cancellazioni (performance)
 - Minacce (bombe, ecc.)
 - Ecc.

sommario

- Abbiamo parlato delle professionalità richieste nel settore degli eventi e di come si prepara una proposta di un evento
- Questa è **l'ultima lezione** del corso



Grazie per l'attenzione

Slide della lezione:
www.stellaromagnoli.com