



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176

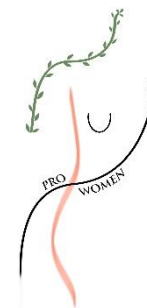


Pro-Women. Itinerari di riqualificazione per le donne come nuove Promotrici Culturali per la valorizzazione del patrimonio territoriale

M6: Gestire i gruppi, organizzare gli eventi
Organizzazione e promozione degli eventi

Gabriella Fabrizi, Carmen Rosa Chilet B., Piero Capello

[prowomen.sansaturnino@gmail.com]



Cos'è un evento

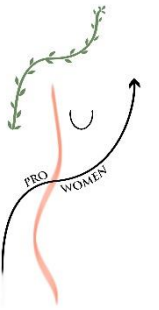
Una leva di marketing emozionale ed esperienziale
coerentemente inserita nel piano di comunicazione e
volta a generare un orientamento positivo verso:

- un marchio
- uno o più prodotti
- un servizio
- un'istituzione

mediante azioni costruite attraverso:

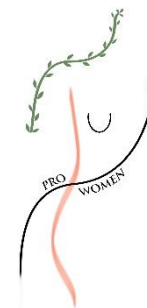
- Messaggi comunicativi
- mostre
- interazione
- contatti





Cosa è un evento?

- Gli eventi possono essere: sportivi, di intrattenimento (spettacolo, musica, ecc.), culturali, religiosi, personali (compleanno, matrimonio). Oppure possono essere pubblici, politici, pubblicitari o per il sostegno di una causa di solidarietà.
- Vi è una diversità di finalità che si riflette anche nella ricchezza di tipologie di eventi tra cui è possibile scegliere: conferenze, seminari, cerimonie di premiazione, fiere, concerti, workshop, feste, ecc.
- Ogni evento, per quanto "piccolo" sia, richiede una pianificazione e una gestione adeguate.



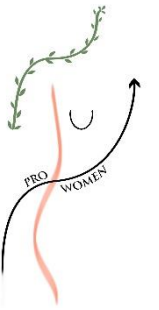
Definire: obiettivi & strumenti

- CHI SIAMO
- MISSIONE: obiettivi strategici
- A CHI CI RIVOLGIAMO
- QUALI SONO GLI OBIETTIVI DI COMUNICAZIONE
- QUALI SONO GLI STRUMENTI MIGLIORI



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176

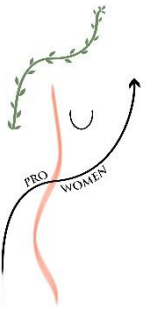


Definire: obiettivi & strumenti

Gli obiettivi possono essere diversi:

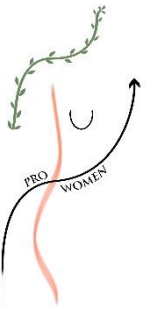
- Educazione
- Promozione
- Raccolta fondi
- Presentare un nuovo programma, un nuovo team di lavoro
- Mobilitazione di nuovi gruppi
- Trovare volontari

I risultati attesi devono essere collegati e pertinenti all'obiettivo.



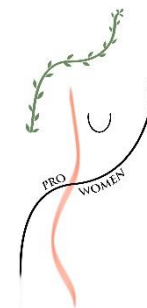
Marketing Esperienziale

- L'**esperienza** è uno dei fattori vincenti nelle strategie di marketing, promozione e comunicazione dei nostri tempi.
- La focalizzazione sull'esperienza permette di introdurre elementi di relazione e di comunicazione non verbale all'interno dell'evento - ad esempio attraverso la multisensorialità: suoni, luci, cibo, allestimenti, giochi, ecc.
- L'evento è ormai considerato un elemento fondamentale nelle strategie di comunicazione e nel cosiddetto marketing mix, cioè la combinazione di diversi strumenti per raggiungere gli obiettivi.



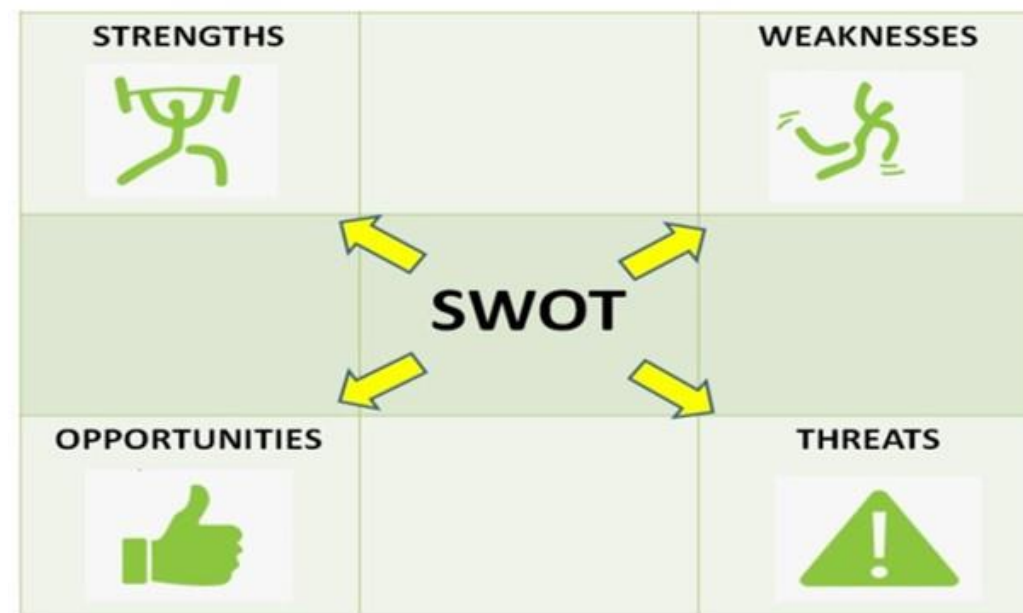
Determinare i fattori di rischio

- Uno degli errori più comuni che minacciano il successo di un evento è quello di non essere in grado di prevedere tutte le possibili variabili che possono influire sul suo esito.
- Ci sono variabili che possono essere al di fuori del nostro controllo (ad esempio lo sciopero dei media nel giorno stabilito per l'evento, un evento imprevisto che impedisce l'apparizione di un oratore).
- L'evento richiede l'impiego di un gran numero di risorse, non solo monetarie, ma anche di tempo e conoscenze.
- **IMPORTANTE: FARE LA SWOT ANALYSIS**



SWOT Analysis

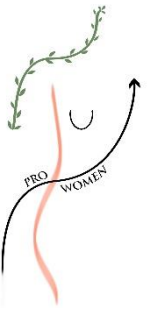
Ricordate? L'analisi SWOT è uno strumento di pianificazione strategica utilizzato per valutare i punti di forza, i punti deboli, le opportunità e le minacce di un progetto o in una situazione aziendale o in qualsiasi altra situazione in cui un'organizzazione o un individuo deve prendere una decisione per raggiungere un obiettivo.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



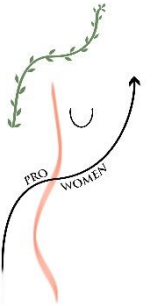
SWOT Analysis

L'analisi SWOT è propedeutica all'attuazione!

Una volta determinato :

- scopo
- obiettivo
- target di riferimento

è possibile procedere all'analisi degli elementi costitutivi dell'evento.



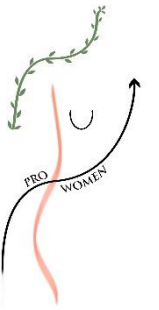
SWOT Analysis

Quale formato risponde meglio agli obiettivi e alle esigenze del pubblico target?

Il tipo di evento deve tenere conto delle particolari caratteristiche del pubblico di riferimento (ad esempio se è rivolto a disabili, bambini, anziani).

Quando?

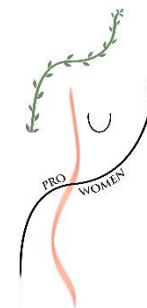
- Periodo dell'anno
- giorno
- ora



Pianificare l'evento: il piano d'azione (Action Plan)

La pianificazione dell'evento deve includere:

- l'identificazione del possibile sito/posizione
- la tempistica
- la definizione degli aspetti organizzativi
- la definizione del team di lavoro
- la definizione dei contenuti
- la definizione di ospiti, relatori, ospiti d'onore



Pianificare l'evento: il piano d'azione

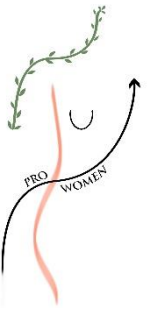
Uno schema molto semplice consiste nell'elencare le diverse attività

Attività	Giorno e mese (scadenza)	Persone o team responsabili



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



Pianificare l'evento: il luogo

Un luogo prestigioso, una location esclusiva, è un elemento fondamentale per la realizzazione dell'evento.

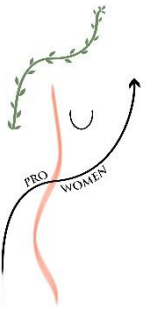
Controlla sempre :

- l'accessibilità della location (parcheggi, fermate dei mezzi pubblici, taxi, eventuali restrizioni)
- che lo spazio sia sufficiente per le iscrizioni e per tutte le possibili esigenze legate all'evento (allestimenti, sale riunioni, ecc.)
- che l'attrezzatura sia adeguata (stand, aria condizionata, illuminazione, audio, proiettore, connessione internet se necessario, ecc.)
- che la segnaletica interna sia chiara e che le sale e i servizi facilmente accessibili
- la presenza di eventuali hotel nelle vicinanze



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



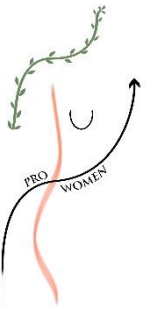
Pianificare l'evento: aggiornate il vostro piano d'azione

Una volta determinato il luogo, è necessario aggiornare il piano iniziale:

Chi è responsabile di cosa e **di cosa** avete bisogno per realizzare l'allestimento. Per esempio:

- Area di accoglienza
- Impostazione sul posto
- Attrezzatura, illuminazione e suono
- Ristorazione
- Personale

È necessario che il contratto con chi gestisce la sede prescelta sia dettagliato.



Pianificare l'evento

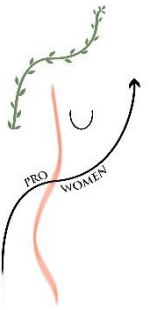
La pianificazione di un evento si svolge secondo tre linee:

- operativa;
- finanziaria;
- promozionale.

Operativo: si riferisce al personale, alla logistica e alla location.

Finanziario: delineare un budget che permetta di pianificare le spese e le entrate relative all'evento per pianificare cosa e come organizzare l'evento in base alle risorse finanziarie disponibili. Gli sponsor possono essere attivati.

Promozionale: Creare un database di contatti, attivare canali di Social Media, uffici stampa, inserire pubblicità, materiali di stampa, ...

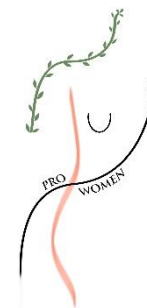


Pianificare l'evento: la sostenibilità

La **sostenibilità** è diventata parte integrante della pianificazione degli eventi e di tutte le sue componenti. Considerate la sostenibilità nei seguenti aspetti:

- il luogo dell'evento;
- emissioni di CO² legate all'evento;
- materiali utilizzati;
- raccolta dei rifiuti ;
- la ricerca di partner e fornitori etici;
- il coinvolgimento della popolazione attraverso l'uso di prodotti locali e/o sostenibili.

Esistono alcuni standard creati appositamente per la realizzazione di eventi sostenibili come [ISO 20121](#) o BS8901.



Riflessioni

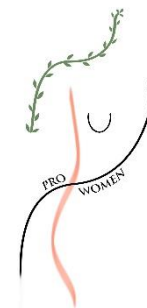
- Cosa ne pensate del contenuto presentato?
- Avete domande?
- Cosa avete imparato?





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Project number: 2019-1-IT02-KA204-
063176



*... e dopo progettiamo un
evento*