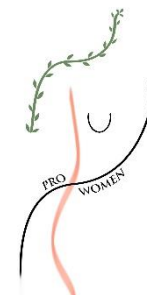




Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

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



Pro-women. Itinerarios de mejora de las capacidades de las mujeres como nuevas promotoras culturales para potenciar el patrimonio territorial

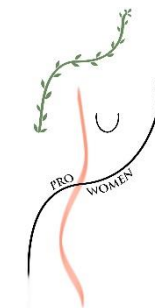
M6: Gestionar grupos, organizar eventos

Organización y Promoción de Eventos

[Nombre del presentador]

[Posición y organización]

[Dirección de correo electrónico]



¿Qué es un evento?

Una palanca de marketing emocional y experiencial.

Con el objetivo de generar una orientación positiva hacia una marca uno o más productos/s o servicios.

Una institución de acciones construidas a través de la
Comunicación.

Muestra.

Interacción.

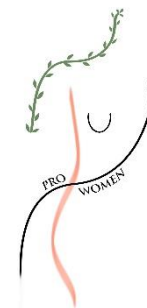
Contacto.









¿Qué es un evento?

- Los eventos pueden ser: deportes, entretenimiento (espectáculo, música, etc.), cultural, religioso, personal (cumpleaños, boda). O pueden ser públicos, políticos, publicitarios o para el apoyo de una causa de solidaridad.
- Hay una diversidad de propósitos que también se refleja en la riqueza de tipos de eventos entre los que se puede elegir: conferencias, seminarios, ceremonias de premiación, ferias, conciertos, talleres, fiestas, etc.
- Cualquier evento, no importa lo "grande" que sea, requiere una planificación y gestión adecuadas.



DEFINIR OBJETIVOS Y HERRAMIENTAS

- ¿QUIÉNES SOMOS 
- MISION: objetivos estratégicos 
- A QUIEN NOS dirigimos 
- ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN 
- ¿CUÁLES SON LAS MEJORES HERRAMIENTAS



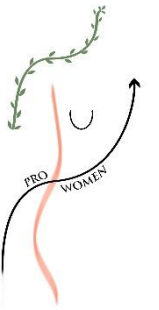
DEFINIR OBJETIVOS Y HERRAMIENTAS

- Los objetivos pueden ser diferentes:
- Educación.
- Promoción.
- Recaudación.
- Presentando un nuevo programa, un nuevo equipo de trabajo.
- Movilización de nuevos grupos.
- Búsqueda de voluntarios.
- Los resultados esperados deben estar vinculados y ser relevantes para el objetivo.



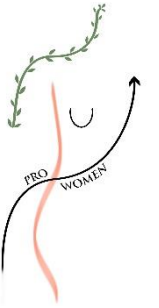
Marketing experiencial

- La experiencia es uno de los factores ganadores en las estrategias de marketing, promoción y comunicación de nuestros tiempos.
- Centrarse en la experiencia permite introducir elementos de relación y comunicación no verbal dentro del evento, por ejemplo a través de la multisensorialidad: sonidos, luces, comida, configuración, juegos, etc.
- Un evento se considera ahora como un elemento fundamental en las estrategias de comunicación y en la llamada mezcla de marketing, es decir, la combinación de diferentes herramientas para alcanzar los objetivos.



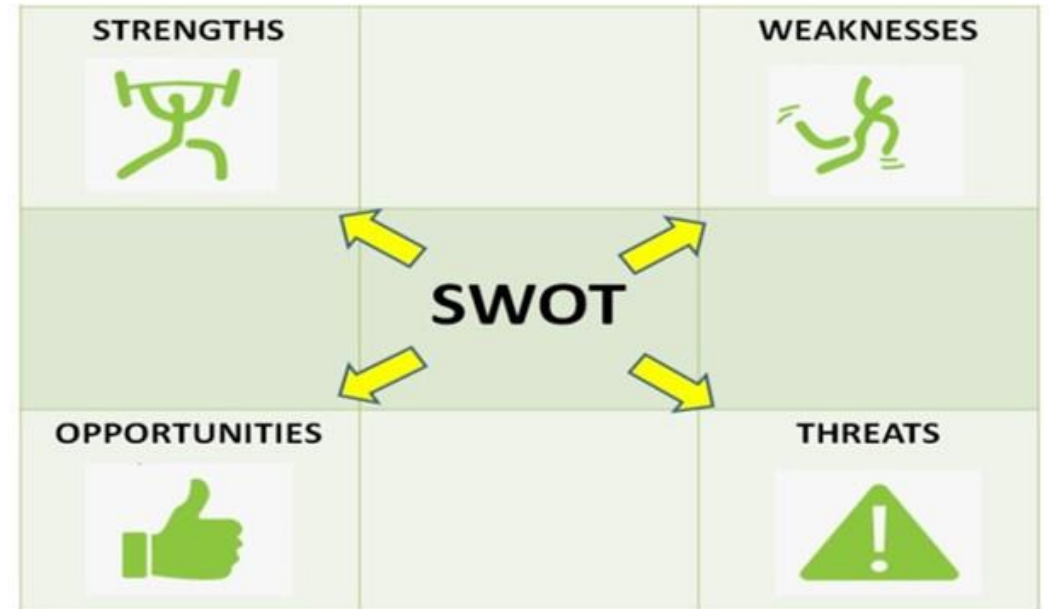
Determinar los factores de riesgo

- Uno de los errores más comunes que amenazan el éxito de un evento es no poder predecir todas las variables posibles que pueden afectar a su resultado.
- Hay variables que pueden estar fuera de nuestro control (por ejemplo, la huelga mediática en el día establecido para el evento, un problema imprevisto que impide que un orador aparezca).
- El evento requiere la implementación de un gran número de recursos, no sólo monetarios, sino también tiempo y conocimiento.
- **IMPORTANTE: HACER EL ANÁLISIS DAFO.**



Análisis DAFO

El Análisis SWOT es una herramienta de planificación estratégica utilizada para evaluar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un proyecto o en un negocio o cualquier otra situación en la que una organización o individuo tenga que tomar una decisión para lograr un objetivo.





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

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



Análisis DAFO

¡El análisis SWOT continúa con la implementación!

Una vez que haya determinado los: Propósitos; Objetivos; Público objetivo

Es posible proceder al análisis de los elementos constitutivos del evento.



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

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



Análisis DAFO

¿Qué formato satisface mejor los objetivos y necesidades del público objetivo?

El tipo de evento debe tener en cuenta las características particulares del público objetivo (por ejemplo, si está dirigido a personas discapacitadas, niños, personas mayores).

¿Cuándo?

Fecha:

Día.

Hora.



Planificación de eventos: Plan de acción

La planificación del evento debe incluir:

La identificación del posible sitio/ubicación.

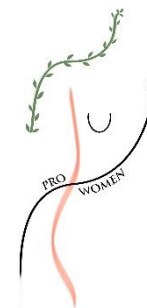
Duración.

La definición de aspectos organizativos.

La definición del equipo de trabajo.

La definición de contenido amplio.

La definición de invitados, oradores.



Planificación de eventos: Plan de acción

Un esquema muy simple consiste en enumerar las diferentes actividades

Activities	Day and Month (deadline)	Person or team in charge



Planificación de eventos: Exploración de ubicaciones

Un lugar prestigioso, o un lugar exclusivo/inspirador, será un elemento fundamental en sí mismos para la realización del evento.

Comprobar siempre :

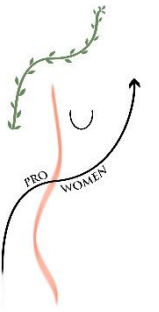
La accesibilidad de la ubicación (estacionamientos, paradas de transporte público, taxis, posibles restricciones)

- Que el espacio sea suficiente para las inscripciones y para todas las necesidades posibles relacionadas con el evento (acondicionamientos, salas de reuniones, etc.)
- Que el equipo es adecuado (stands, aire acondicionado, iluminación, audio, proyector, conexión a Internet si es necesario, etc.)
- Que la señalización interna sea clara y que las habitaciones y los servicios sean de fácil acceso.
- La presencia de cualquier hotel en el barrio.



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

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



Planificación de eventos: Actualice su plan de acción

Una vez que haya determinado la ubicación, debe actualizar el plan inicial: Quién es responsable de qué y qué necesita para realizar la configuración. Por ejemplo:

Zona de recepción.

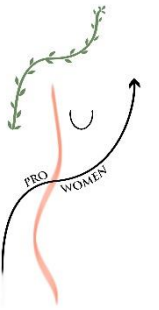
Configuración en la ubicación.

Equipo, iluminación y sonido.

Catering.

Personal.

Es necesario que se detalla el contrato con quienes gestionan la ubicación elegida.



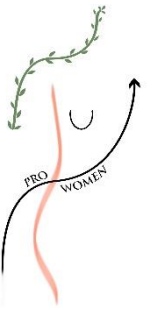
Planificación de eventos

La planificación de un evento se lleva a cabo en tres líneas: operativa, financiera y promocional.

Operativo se refiere al personal, la logística y la ubicación.

Financiero: perfila un presupuesto que permita planificar los gastos e ingresos relacionados con el evento para poder planificar qué y cómo organizar el evento en función de los recursos financieros disponibles. Los patrocinadores se pueden sumar.

Promocional: Establecer una base de datos de contactos, activar canales de redes sociales, oficinas de prensa, colocar publicidad, materiales impresos, ...



Planificación de eventos: Sostenibilidad

La sostenibilidad se ha convertido en una parte integral de la planificación de eventos y de todos sus componentes. Considera la sostenibilidad en los siguientes aspectos:

- La ubicación del evento.
- Emisiones de CO2 relacionadas con el evento.
- Materiales utilizados.
- Recogida de residuos.
- La búsqueda de socios éticos y proveedores.
- La participación de la población mediante el uso de productos locales y/o sostenibles.

También hay algunas normas creadas específicamente para la realización de eventos sostenibles como ISO 20121 o BS8901.



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

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



Reflexión

¿Qué opinas del contenido presentado?

¿Tienes preguntas?

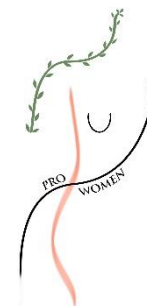
¿Qué aprendiste?





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

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

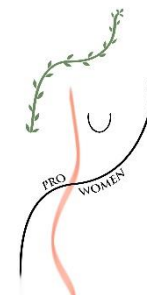


*... y después, vamos a diseñar
un trabajo de proyecto*



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

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



Pro-women. Itinerarios de mejora de las capacidades de las mujeres como nuevas promotoras culturales para potenciar el patrimonio territorial

M6: Gestionar grupos, organizar eventos

Organización y Promoción de Eventos

[Nombre del presentador]

[Posición y organización]

[Dirección de correo electrónico]