

PROJECT MANAGEMENT DELL'EVENTO

Contesto:

L'evento è diventato uno strumento innovativo di Marketing e Comunicazione integrata sempre più importante. Tuttavia, non sono diffuse le skills e le competenze per la loro pianificazione e organizzazione su basi professionali e manageriali. Queste competenze sono il presupposto per realizzare gli obiettivi di Marketing Esperienziale, Engagement e Loyalty che gli eventi si propongono.

Obiettivi:

- Il corso trasferisce le conoscenze di base sulle modalità di Project Management per programmare, comunicare, gestire e controllare eventi nell'ambito nella strategia di Marketing Aziendale per la creazione di valore

Destinatari:

- Personale e Manager degli Uffici Vendite, Marketing, Comunicazione, Eventi, Relazioni Esterne
- Laureati neo-assunti ad elevato potenziale

Durata:

16 ore

Programma:

COME SI PIANIFICANO E FINANZIANO GLI EVENTI

- Il commitment strategico
- Brief, briefing, debriefing
- Analisi di mercato e ideazione dell'evento
- Obiettivi e pubblici di riferimento dell'evento
- Il planning team dell'evento
- Coaching e team building dell'evento
- Il programma dell'evento, date e orari
- Relatori, testimonianze, artisti e animazione
- Concept, regia e scenografia dell'evento
- La lista degli invitati
- Organizzare pernottamenti, trasporti e logistica
- Organizzare lunch e dinner
- Le attrezzature tecniche
- Il budget dell'evento: di produzione, del personale, di promozione/comunicazione
- Patrocini e sponsorizzazioni
- Bandi pubblici e contributi dei fondi europei
- Co-marketing

COME SI COMUNICA L'EVENTO E NELL'EVENTO

- La gestione degli inviti: data-base, forma, invio, RSVP e recall
- La gestione strategica ed operativa delle relazioni con i media
- Obiettivi, creatività e contenuti del piano di comunicazione: Storytelling dell'evento
- La Comunicazione Digitale di un evento
- I mezzi del piano di Digital Marketing dell'evento: sito web, Social Media Marketing, Email Marketing, Display Advertising, app e motori di ricerca, Mobile Marketing
- I mezzi del piano di comunicazione off-line dell'evento: comunicati, annunci stampa, spot radio-tv, manifesti e cartellonistica, pubblicazioni editoriali
- La comunicazione digitale dell'evento

- Le conferenze stampa ex-ante ed ex-post evento
 - La cartella stampa dell'evento e le interviste tv
 - Parlare in pubblico senza improvvisare
 - Semplicità e focalizzazione
 - Parlare con il cuore: l'importanza della passione
 - Espressione ed eloquenza, verbalità e contenuti
 - La potenza delle immagini e dei racconti: storytelling
 - Il linguaggio del corpo
 - Comunicare obiettivi e motivare
 - Rapporti interpersonali e comunicazione
- ### COME SI ORGANIZZA E CONTROLLA L'EVENTO
- La gestione degli elenchi dei partecipanti: costruzione data base e controllo
 - Location
 - Gestione pass e permessi
 - La gestione dei rapporti con committenti, sponsor, relatori, artisti, istituzioni
 - La gestione dei fornitori di beni e servizi
 - La gestione della logistica
 - L'allestimento della location
 - L'interpretariato
 - L'accoglienza degli invitati
 - Organizzazione e gestione del team di accoglienza
 - Il servizio di hostess
 - La gestione dei pass di persone e mezzi
 - La gestione dei parcheggi
 - La sala stampa e lo spazio tv
 - Il guardaroba
 - I gadget e i doni