



Wywiady w MICEie

Okiem praktyka



**Barbara
Czarska,
Właściciel
Event House**

Zaprosz gościa specjalnego na swój event

Ta nowa forma Inter reakcji to połączenie zaawansowanej grafiki komputerowej, animacji, scenariusza i aktorskiego talentu, aby stworzyć rzecz nieosiągalną – mianowicie aby na twoim evencie zagościł ktoś, kogo zaproszenie jest niemożliwe. Np. wszechpotężna królowa Kleopatra czy bajkowa postać Kaczora Donalda. Teraz można nie tylko daną postać zaprosić, ale także porozmawiać na dowolnie wybrany temat. Ta niecodzienna Inter reakcja nie tylko zadziwia uczestników, ale także bawi, uczy, reklamuje czy wychowuje.

Event z taką wybraną postacią już sam w sobie jest wyjątkowy. Dla organizatora eventu gwarantuje element zaskoczenia gości i jestem przekonana, że bez względu na wiek, wykształcenie czy status społeczny – wszyscy mile zareagują na zaproszenie do rozmowy przez taką postać. Budowa systemu jest prosta, łatwa i wygodna. Jego elastyczność w opracowaniu a także dowolność pod względem oprawy dźwiękowej jest nieograniczona. Do tego sterowanie postacią jest możliwe z każdego miejsca na ziemi, a to oznacza, że technologia Avatar Live po raz kolejny udowadnia, że w świecie eventów nie ma rzeczy niemożliwych.

ZDANIEM PRAKTYKA

Manager ma wpływ na wypalenie i ucieczki pracowników

Praca przy organizacji eventów wiąże się z wieloma wyrzeczeniami. Osoby decydujące się na funkcjonowanie w tej branży z reguły zdają sobie jednak z tego bardzo dobrze sprawę i, przynajmniej w ich przekonaniu, są gotowe na takie poświęcenie. Kluczowym elementem w tym przypadku wydaje mi się więc nie kwestia zbyt dużej liczby obowiązków, ale tego, czy praca daje odpowiednie poczucie spełnienia i satysfakcji. Jeżeli nasze propozycje są ciągle odrzucane i nie spotykają się z należytą uwagą, popadamy we frustrację. Dużą rolę w tej materii odgrywają więc osoby zarządzające agencjami. Jeżeli potrafią docenić wkład, starania i determinację swoich pracowników i odpowiednio je wynagrodzić, ryzyko „wypalenia” zawodowego lub „ucieczki” do innej firmy są dużo mniejsze.



**Barbara
Grzebinoga
właściciel
Event House!**

Scenariusz w parze z charakterem marki



Gwiazdy sportów ekstremalnych światowego formatu, oryginalny bolid F1 Red Bull Racing, pokazy najlepszych tancerzy breakdance wymagają najnowszej techniki eventowej.

Pierwsza Ogólnopolska Konferencja Sprzedaży Red Bull 2009 została zorganizowana przez Agencję Event House. Impreza trwała dwa dni, wzięło w niej udział blisko 200 pracowników firmy Red Bull Polska.

Założenia

Podczas konferencji, która była częścią dwudniowego spotkania, pracownicy firmy Red Bull Polska zapoznali się z planami biznesowymi na bieżący rok. Głównym założeniem imprezy była integracja pracowników poprzez zabawę, której energetyczny charakter mił korespondować z rozpoznawalną marką napojów Red Bull. Kolejnym celem imprezy było pokazanie, ile radości może dać

wspólne budowanie szalonego wehikułu.

Realizacja

Spotkanie odbyło się w Hotelu Magellan pod Łodzią. Podczas konferencji goście otrzymali przedsmak tego, co czekało na nich wieczorem. W trakcie sesji mieli okazję oglądać popisy sponsorowanych przez RB sportowców: dwukrotnego wice mistrza świata w enduro Teddy'ego Błażusiaka, wielokrotnego zwycięzcę międzynarodowych konkursów we flatlandzie (sztuka jazdy akrobatycznej na BMX), Matti'ego Kuoppa oraz najlepszych w Polsce i Europie przedstawicieli dyscyplin Freestyle Football i breakdance. Atrakcje czynnie an-

gażujące uczestników odwoływały się do międzynarodowego konkursu sportowego organizowanego przez Red Bull Polska. Gościom szczególnie przypadły do gustu rozgrywki na symulatorach jazdy, symulatorach ruchu oraz konkurencje Air Race i RB Pit Stop (bolid F1).

Kreatywność i konstruktorskie zdolności oraz zespołowe współdziałanie były konieczne do zbudowania niepowtarzalnego pojazdu marzeń. Owa konkurencja nawiązywała tematycznie do popularnej imprezy Konkurs Lotów Red Bulla. Wszystkie regiony wzięły udział w budowaniu szalonego wehikułu. Pracę uczestników nadzorowali profesjonalni instruktorzy. Każda z drużyn

działała w specjalnie na tę okazję ustawionych namiotach. Uczestnicy z poszczególnych części samochodowych musieli zbudować własne wehikuly. Do momentu zakończenia prac nikt z zewnątrz nie miał wstępu. Powstały pojazdy o fantastycznych kolorach i kształtach. Ostatnim punktem programu był wyścig niezwykłych samochodów. Odbył się pod okiem pilotów i instruktorów. Na zwycięzcę wyścigu czekała nagroda: zwycięski region wygrał weekend w Hangarze 7. Jest to jedyne muzeum, gdzie przechowywane są najróżniejsze pojazdy i samoloty, wykorzystywane podczas imprez Red Bulla na całym świecie.

Wnioski

Udało się połączyć elementy team buildingowe z działaniami, które w bezpośredni sposób kojarzone są z marką Red Bull. Zrealizowany został cel imprezy czyli integracja pracowników w energetycznej atmosferze, podkreślając jednocześnie cechy i wartości, które marka reprezentuje. (km)

Pierwsza Ogólnopolska Konferencja Sprzedaży Red Bull 2009
16-17 marca 2009 r.

Miejsce: Hotel Magellan pod Łodzią
Zleceniodawca: Red Bull Polska
Organizator: Event House!
www.eventhouse.com.pl

Wysyłanie zapytań do miliona agencji szkodzi rynkowi



MIESIĄC
KOMENTUJE

Barbara
Grzebinoga
współwłaściciel
Event House

Oceniam na plus...

Myszę, że klienci dojrzewiają i coraz więcej firm decyduje się powierzyć eventy profesjonalistom. Zachowania typu „zrobimy to sami” szczęśliwie powoli odchodzą do lamusa. To bardzo ważne dla naszego rynku. Klient niejednokrotnie oczekuje od agencji programu spotkania, który zachwyci swoją oryginalnością. „powali na kolana” – to

dobrze, jednak równocześnie jest bardzo ważne, aby potrafił dostosować budżet do wy-mogów.

Minus przyznaje...

Wysyłaniu zapytania ofertowego do miliona agencji. Weźmy przykład artysty, którego występ klient narzuci na dane spotkanie. Nagle jego telefon się urywa – agencje wydzwanają do niego, zadają te same pytania, rezerwują występ itd. Przy pierwszym telefonie podwykonawca jest miły, ale przy następnym odbiera telefon i słyszysz jego zniecierpliwienie spowodowane sytuacją. Czasami zdarza się nawet, że pani z marketingu naszego klienta dep-

cze nam po piętach i powie-la nasze zapytania – nie wiem czy to sposób na sprawdzenie agencji, nowe doświadczenie, czy też decy-zja na własną, wewnętrzną organizację eventu, o czym klient zapomniał wspomnieć. Bardzo miło ze strony klienta, gdy nie zapomni podzię-kować za przygotowaną ofertę – nie wspominając już o ro-zesłaniu informacji z wynika-mi przetargu. Niestety nie jest to powszechnie obowią-zującą regułą.

Zwracam uwagę na fakt...

Bardzo długich terminów płatności za usługi – to 30, 60 a czasem nawet 90 dni!!! To smutne, ponieważ nie

dość, że firma musi złożyć swoje środki na zaliczki i organizację imprezy, to czasem, niestety często, musi jeszcze dodatkowo długo prosić o zarobione pieniądze. Etyka biznesu kładą się w pas niektórym klientom.

Projekt, nad którym aktualnie pracuję...

To wiele akcji promocyjnych i dni otwartych na terenie całej Polski. Szczególnie jednak moją uwagę koncentruję obecnie na organizacji oryginalnej, dużej imprezy w specjalnie postawionym w tym celu obiekcie, która odbędzie się w najbliższych dniach i której nie mogę się już doczekać...