



Evolved Management

MANAGERS & RESTAURATEURS

The Magic World of Hospitality

Event Managers Courses

Capitolo 1 intro e basi

Introduzione al corso
L'obiettivo di ogni event manager
Tipologie e definizione di evento
Perché si organizzano gli eventi aziendali
Durata media di un evento
Meglio organizzare in presenza o sul web
Pianificazione degli eventi
Le sei domande fondamentali
What, Who, When, Where, how, How much
Time is everything
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 2 La Location

Requisiti e scelta del luogo
Dove celebrare l'evento: Hotel, Centro congressi, Castello, Auditorium, Museo, Università, Stadio, Yatch
Tempo di prenotazione
Dimensione della location
La legge del Can I? Io posso?
Esempi di preparazione e disposizione sale breafing
Garantire la privacy
Quali servizi propedeutici/addizionali all'evento
Le agenzie specializzate sono un'opzione?
Perché sviluppare indagini, ispezioni, test livelli e standard?
Quando la location fa al caso tuo
L'acustica è fondamentale
Verifica sistemi audio, video elettrici- sicurezza
Il responsabile vendite non è il tuo unico interlocutore
Rapporti con lo staff della struttura
Accordi con le strutture partner

Ogni evento è unico e irripetibile
Qualità, quantità, durata
Canali diretti e indiretti di valutazione
Modulo Ghost o Mystery shopper
Comunicazione e localizzazione
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 3 Programma relatori

Obiettivi
Contenuti, modalità, tempo
Programmazione e struttura
Il Copione
Esempio di programma
Consigli fondamentali
Ordine e flessibilità
Il tema del programma
Logistica
Quando inizia, dura, finisce ogni sessione
Pausa, riposo, sviluppo sessione
Relax e divertimento hanno funzioni ambivalenti
Coffee Break, pranzo, cena
Tipologia e durata della pausa
Modalità e metodi di presentazione
Scenari molto in voga elementi di successo
Relatori, oratori o intrattenitori?
Il pubblico partecipante
Il gruppo è risorsa e pericolo
Accompagnatori
Comunicazioni e istruzioni
Traduzione simultanea e sostituti
Consigli e Resume tecnico
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 4 Budgeting

Cosa è il budget
Costi fissi e costi variabili
Quali vendite?
Formula per definire il costo d'iscrizione
Coerenza tra il costo e il valore offerto
Esempio evento marketing in struttura
B.E.P. break even point
Cash flow cash circolante
il budget non è un Totem intoccabile
Patrocinio
Assicurazione
Memo per la stesura di un budget
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 5 Eventi internazionali/all'estero (appendice Location)

Metete all'estero
Massima attenzione nella scelta della meta all'estero
Vale la pena celebrare un evento all'estero?
Quanto tempo dura un evento all'estero
Visite e ispezioni del luogo
Raccomandazioni
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 6 Organizzazione eventi commerciali

Due rischi fondamentali: Costi e immagine
Il Prodotto
Analisi e concetto di segmentazione
Un prodotto nasce per soddisfare
Analisi dei segmenti significa relazione
Chi quali e quanti partecipanti
Fattori chiavi per il successo
Punto di rottura valutazioni rischi /pericoli
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 7 promozione dell'evento

Iniziare la promozione
Agenzie specializzate, riviste del settore, Giornali nazionali
Regola del Match x vs y
Marketing diretto o indiretto
Il messaggio è il vero veicolo
I benefici non sono solo i contenuti
Quando iniziare la promozione?
Il processo decisionale
Quali supporti pubblicitari
Sintesi della costruzione del messaggio
Aspetti tecnici
Il supporto è la tua immagine
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 8 Iscrizione documenti e amministrazione

Verba volant scripta manent
Proietterai un'immagine
L'iscrizione all'evento
Il formulario di iscrizione: Anagrafia, Info, Istruzioni
Conferma iscrizione modalità e scadenze
Contatti con la struttura: Identificazione, programma
Un pass di buona fattura, kit del partecipante
Tematiche trattate dai relatori
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 9 Rapporti con le strutture

Identificare la struttura
Studiatene l'organizzazione
esempio di Organigramma Hoteliero
Tipologie Tariffe
Tariffe e strategie di mercato
Servizi ristorativi, opzionali, extra
Esempio di conferma iscrizione
Conferma partecipazione e indennizzo
Quanto, quando, come se?
Tempo condizioni quantificazione
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 10 La figura del moderatore

Non un mestiere ma un'arte
Un ruolo fondamentale
Funzioni di moderazione e conferenza
Il moderatore deve studiare timing e programmi
Organizzare Incontri
Il moderatore e la location
Dirigere i relatori e/o le sessioni?

Savoir faire e atteggiamento del moderatore
Quando e se porgere le domande?
Sistemi moderni vs contro sistemi classici
Conclusione dell'evento
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 11 Logistica e sicurezza

L'organizzazione della logistica
Informatizzazione
Studia la struttura
Accoglienza dei relatori, special guest, stampa, tv
Attenzione allo Spionaggio industriale, politico, paparazzi
Sicurezza e guardie del corpo
Resume servizi
Domande di autovalutazione

Capitolo 12 Mostre ed esposizioni

Partner sponsor perché inserirli nell'evento
L'evento nell'evento
Crea interesse: l'Agorà
Benefici per l'espositore/partner
Possibili svantaggi per l'espositore/ partner
Crea sinergie con l'espositore
Organizzatore di eventi vs organizzatore di esposizioni
Crea un 'immagine un plan degli spazi
Crea formulario e regolamento
Domande per l'autovalutazione

Capitolo 13 Tecnica di produzione e presentazione

Studiare presentazioni e i locali
Installazioni nella sala
Fidati delle tue percezioni
Concetto di buona visione
Vietato
Ottimizzare non è risparmiare
Resume MAV produzione
Strumenti richiesti
Prove e simulazione produzione
Domande per l'autovalutazione

NCM[®]
New Concept Management

