

Claves para organizar en tu empresa un Evento de éxito



**GENERALITAT
VALENCIANA**

iVACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

“Proyecto cofinanciado por los Fondos FEDER, dentro del
Programa Operativo FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020”

Carolina San Miguel Mas

¿Qué es un Evento?

Un suceso de importancia que se encuentra Programado

- En el ámbito empresarial un evento sirve a la empresa para presentar, relanzar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso los objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual.
- De esta forma, un evento proporciona contacto directo con el cliente, favorece las relaciones empresa/cliente, así como la adaptación de un producto de forma directa sobre su mercado, lo que repercutirá en el éxito del mismo.

CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS

De acuerdo con la naturaleza del Evento:

- Corporativos
- Culturales
- Sociales
- Comerciales
- Deportivos
- Educativos
- Tecnológicos
- Políticos
- Científicos
- Recreativos
- Solidarios
-



Tiempo previo para preparación

Tiempo recomendable para preparar un evento para lograr el mayor éxito posible:

- **Evento internacional**: entre 1 año y medio y 2 años de preparación. Asistencia prevista: superior a los 500 asistentes.
- **Evento nacional**: mínimo 1 año. Asistencia entre 300 y 500 asistentes.
- **Eventos regionales y locales**: al menos 6 meses. Asistencia prevista de 300 personas.
- **Jornadas y Encuentros de 1 día** como Foros, Congresos... al menos 4 meses. Asistencia entre 100 y 200 personas.

Pre-Evento

Definir el Evento en sí

¿Qué queremos conseguir?

¿Cuál será el nombre?

¿A qué público nos dirigimos?



El nombre del Evento debe de ser:

- Corto, fácil de decirlo y llamativo
- Adecuado y acorde al objetivo que se desea conseguir con el Evento

Es posible que sea conveniente determinar la ubicación, en el contexto local, global, autonómico, por ejemplo:

2º Congreso Autonómico de Politólogos

Nombrar Comité Organizador

- **Coordinador general.** Es el responsable general del desarrollo del Evento. Supervisa el trabajo de las Comisiones y es el enlace de ésta con la Autoridad responsable del evento.
- **Comisiones de trabajo.** Son equipos de personas que se encargan y responsabilizan de las diferentes fases o temáticas del Evento.

Pueden haber diferentes comisiones, por ejemplo:

Seleccionar la Fecha

Debemos tener en cuenta:

- El tiempo necesario para la celebración, si hay tiempo suficiente para organizarlo todo y a tiempo.
- Evitar que coincida con una actividad similar o que vaya destinada al mismo tipo de público.
- Horario y frecuencia del transporte



Si es mejor organizarlo para entre semana, finales o fin de semana.

Determinar el Número y Tipo de asistentes al Evento

Expositores o Ponentes

Son los encargados de realizar las disertaciones, presentaciones y ponencias durante el Evento

Delegados

Asisten al Evento en representación de una empresa, organización o institución

Participantes

Personas que asisten al Evento en calidad de público

Invitados especiales

Personas que por su prestigio, reconocimiento científico, social o político, le confiere notoriedad al Evento

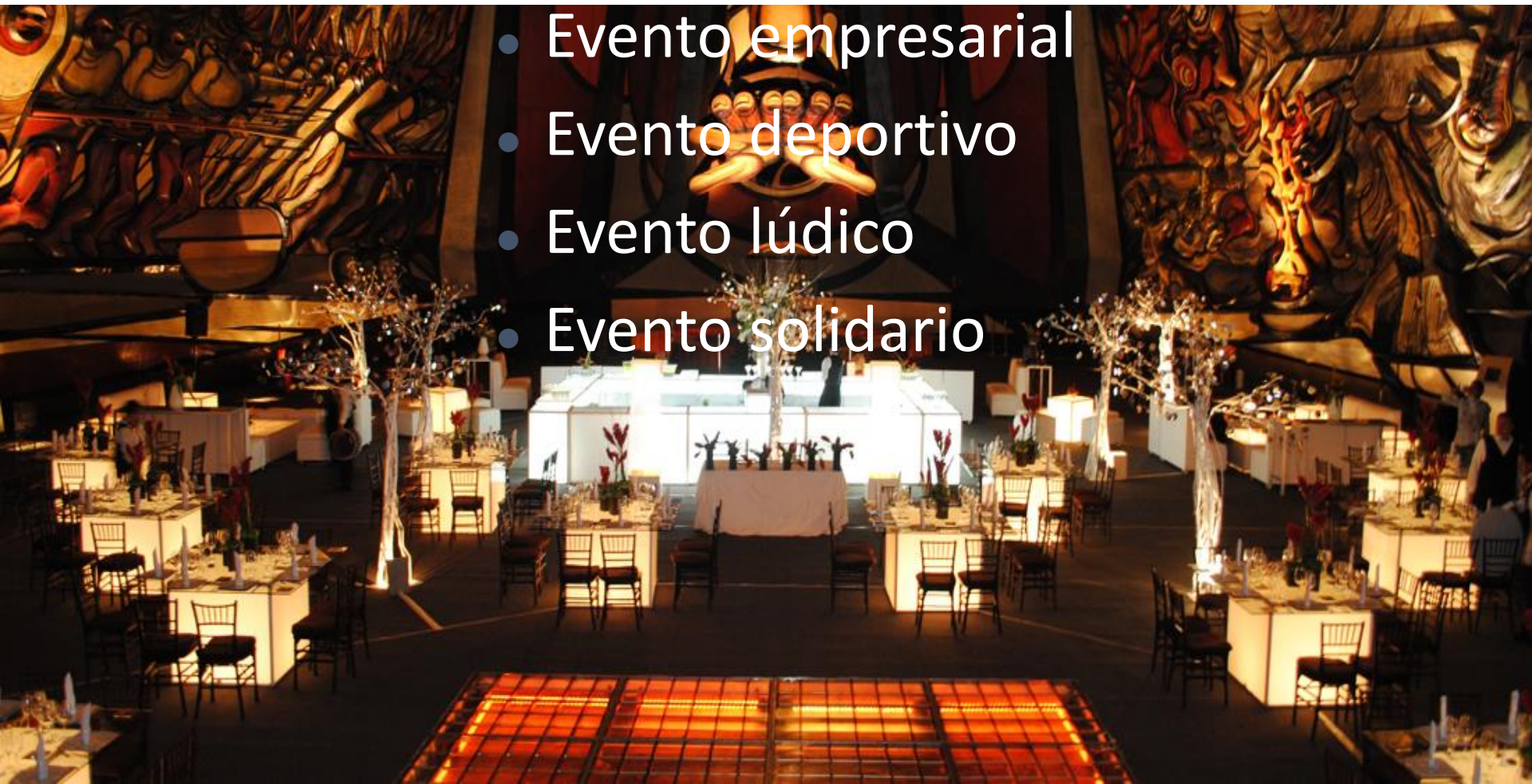
Acompañantes

No están normalmente relacionados con el Evento, acompañan a ponentes, delegados o invitados especiales

Presupuesto de un evento

¿Qué tipo de Evento es?

- Evento empresarial
- Evento deportivo
- Evento lúdico
- Evento solidario



EVENTO

Recepción de los participantes y traslado alojamiento
Registro de los participantes
Realización del Acto de Inauguración
Realización Cóctel de Bienvenida
Implantación del Programa General de actividades
Clausura del Evento
Realización Evento social de despedida
Traslado de los participantes a las terminales de transporte

EVENTOS CORPORATIVOS

- Los **tipos de eventos corporativos o eventos empresariales** son aquellos en los que participan tanto empleados como clientes. Estos cada vez son más populares en las empresas para atraer a sus cliente o incentivar a sus trabajadores.
- Dentro de los tipos de eventos corporativos encontramos ferias comerciales, eventos de agradecimiento, fiestas de vacaciones, lanzamiento de producto, cenas de empresa, conferencias, viajes de incentivo, eventos benéficos, eventos de teambuilding, seminarios, reuniones...

Tipos de eventos corporativos

¿Qué hace que un Evento sea memorable?



POST EVENTO

Recopilación y Archivo de la información pertinente del Evento

- Conclusiones
- Elaboración de la Memoria
- Información de tipo académica y administrativa

Evaluación

OPINIÓN

- Participantes
- Expositores o Ponentes
- Comité Organizador

EVALUACIÓN

- Comparar cualitativa y cuantitativamente entre lo programado, lo ejecutado y lo alcanzado

Agradecimientos

- Colaboradores
- Asistentes
- Patrocinadores
- Medios de comunicación

Cumplimiento de compromisos

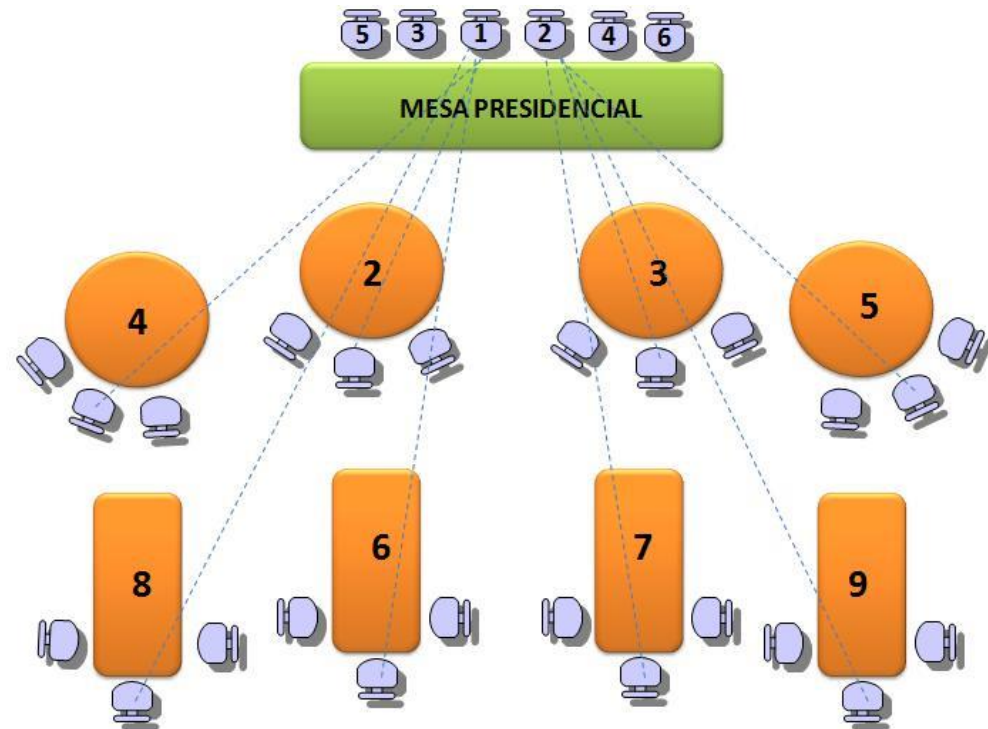
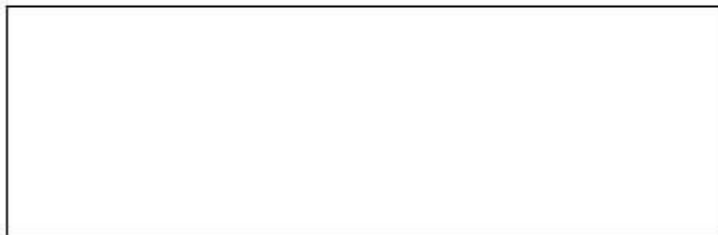
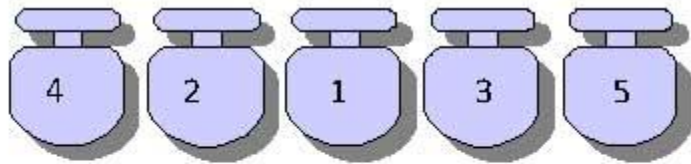
- Cancelación de obligaciones con proveedores
- Pago recursos humanos contratados para trabajar durante el Evento
- Devolución de cualquier material o equipo que se haya solicitado en préstamo

PRESIDENCIA

- Es el mayor honor en un Acto. Éste indica quién ha de dirigir ese acto a lo largo de su desarrollo. Las presidencias son unipersonales y suelen ser impares.



R.D. 2099, D. 235, D. 77.pdf



1. INVITADOS

- Son seleccionados según la naturaleza del acto y la imagen que se quiera comunicar al público. Deben ocupar la máxima atención del Anfitrión.



Nuevos Formatos de Eventos

Elevator Speech





Pecha Kucha

{creativity*conversation}

PechaKuchaNight

{20*20}
IMAGES SECONDS

<http://pechakucha.architempo.net/>

Exposición móvil. Ikea en Tren



BEACHEMPRENDE





Eventos

Definir las acciones de Comunicación necesarias

- Selección de Canales
- Medios de comunicación
- Herramientas
- Diseño de Imagen
- Medios online
- Definir las acciones de Comunicación necesarias
- Diseño de contenidos
- Plan de publicidad
- Señalética
- Gabinete de prensa (Gestión de crisis)

Áreas de acción de la RSE

Las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden lo relativo a “los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”.

Estas son:

- Valores y Principios Éticos
- Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
- Apoyo a la Comunidad
- Protección del Medio Ambiente
- Marketing Responsable



cuatronoventa
comunicación-consultoría-formación-fotografía

Carolina San Miguel Mas

@carolinasmm

carolina@cuatronoventa.com

www.carolinasmm.wordpress.com

www.cuatronoventa.com