

# המדריך המלא לבניית אירוע

איך לבנות את האירוע בצורה הנכונה



## שלבי תכנון ראשוניים

### שלושת השאלות החשובות : למי? מתי? ומה?

#### ■ למי מיועד האירוע?

אוכלוסיה ספציפית? אירוע כלל פקולטטי, אירוע לכלל הקמפוס? אירוע לחוג\כיתה?

#### ■ מתי יקיים האירוע?

יש להסתכל בגאנט האירועים השנתי של האגודה ולראות שאין התנגשויות עם אירועים אחרים

מומלץ לקבוע את האירועים בהתחשב בלוח השנה האקדמי כאשר יש לקחת בחשבון תקופות מבחנים, חופשים ואירועים מוסדיים.

#### ■ מה הקונספט לאירוע?

לכל אירוע צריך לבנות את הקונספט הייעודי והייחודי עבורו.

הקונספט צריך להתאים לסוג הקהל ולרציונאל שמא

## היערכות תקציבית

- לכל אירוע צריך לבנות תקציב הוצאות
- התקציב צריך לכלול את הסעיפים הבאים :
- פרסום ושיווק – מודעות, פליירים, הזמנות, כרטיסים, מכירה אינטרנטית, קידום ממומן בפייסבוק
- הפקה – סדרנים, מנהלי אירוע
- אבטחה ובטחון – כלל האישורים הרלוונטים – משטרה, מגן דוד
- תשלום עבור המקום
- תשלום לספקים (בהתאם לאופי האירוע – מסיבה, הרצאה, אירוע התנדבות)
- אוכל ושתיה בהתאם לצורך – מסובסד ? במחיר מוזל ? בחינם ?
- קישוטים \ תפאורה
- תמיד תמיד צריך להשאיר תקציב בלת"מ !

## הערכות לקראת האירוע

- חתימה על חוזים מול כל הספקים - לוודא את כל הפרטים הקטנים גם בסעיפים בעייתיים.
- ביצוע ישיבות בפורומים הרלוונטים עם שאר בעלי התפקידים באגודה
- ביצוע תכנון לצרכים לוגיסטיים מבידורית ועד לקופה קטנה
- שריון כוח אדם לאירוע לטובת סיוע בהכנות ובהתנהלותו התקינה
- לוודא כי כל האישורים הנדרשים קיימים אצלנו (אישורי בטיחות, אישור מכירת אלכוהול וכו. ...).

## פרסום ושיווק

- הגדרת לוחות זמנים לעיצוב הפרסום לאירוע
- קביעת לו"ז פרסום , בדגש על כמה שבועות לפני האירוע נתחיל לפרסם אותו ובאיזו תדירות
- הבחנה בין שני סוגי פרסום עיקריים: קלאסי ויצירתי.
- פרסום קלאסי: פייסבוק (אורגני או ממומן), אתר, ניוזלטר, סמס, דיילים, לוחות מודעות וכו'..
- פרסום יצירתי: נועד לייצר באזז מסביב לאירוע. למשל: קיר צילום לפייסבוק, תחרות תיוגים, הגרלות, טיזר לקמפיין הקלאסי ועוד.
- דגש חשוב : יש לעקוב כל הזמן אחר כמות המשתתפים ובהתאם להחליט כיצד להתנהל נכון שיווקית.
- חשוב: על הפרסום לכלול את כלל הפרטים הרלוונטיים על האירוע כולל הזדהות בכניסה (הצגת כרטיס סטודנט כן או לא ?) חניה במקום ועוד..

## ביום האירוע

- יש לדאוג לכוח אדם בהתאם לסוג ואופי האירוע שיגיע לפני וידאג לכלל הסידורים הלוגיסטיים והמנהלתיים שיש להקפיד עליהם בזמן האירוע.
- חשוב לקבוע עם כח האדם תדריך די זמן לפני תחילת האירוע
- לוודא מול כל הספקים את מועד הגעתם תוך גזירת זמנים לבלתמים אפשריים.
- סיום מכירת כרטיסים \ רשימות משתתפים מראש והערכות בהתאם במידה ויש צורך בזיהוי המשתתפים מעבר להצגת תעודת סטודנט

## טיפים שאסור לשכוח

- צילום – חשוב מאוד לתעד את האירוע מכמה סיבות:
  1. גלריה טובה הופכת לזיכרון ארגוני יעיל לאירועים עתידיים
  2. אנשים אוהבים לתייג עצמם ולשמור מזכרות מאירועים שהם לקחו בהם חלק
  3. מסייע בשיווק ופרסום לאירועים עתידיים
- במידה ומזמינים דוברים לאירוע יש לוודא איתם את נושא ההרצאה, משך הזמן והתאמה לקהל היעד

## דילמות

- האם לגבות כסף עבור האירוע? מה המשמעות של אירוע בחינם אל מול אירוע בתשלום סמלי . (יתרונות \ חסרונות)
- האם לבצע יותר אירועים בסמסטר ב' (חודשי הקיץ) אל מול סמסטר א'.
- מה נחשב אירוע ? האם חלוקת קרמבו היא אירוע חברתי תרבותי ועונה על הצורך שלי או שעליי לעשות אירועים בעלי נפח ותוכן רחב יותר
- כיצד אני מצליח לפרסם ולשווק את האירוע שלי בצורה המיטבית .