

**Εκπαιδευτικό Σεμινάριο
Παρουσίαση Εκδηλώσεων**



Δευτέρα, 19 Σεπτεμβρίου, 2011

Πανεπιστήμιο Κύπρου

Εκπαιδεύτρια: Κα Στέφανη Δικαίου


Δομή

- Σημειώσεις
- Διαλείμματα & άλλες λεπτομέρειες
- Μεθοδολογία

MC PROFESSIONAL TRAINING SYSTEMS  POWER IMAGE


Ας γνωριστούμε!

- Όνομα & Επίθετο
- Θέση, καθήκοντα
- Τι σημαίνει επιτυχημένη διοργάνωση εκδηλώσεων για σας;
- Δύο στοιχεία του χαρακτήρα σας που θα σας βοηθούσαν στην επιτυχημένη διοργάνωση εκδηλώσεων.

 POWER IMAGE

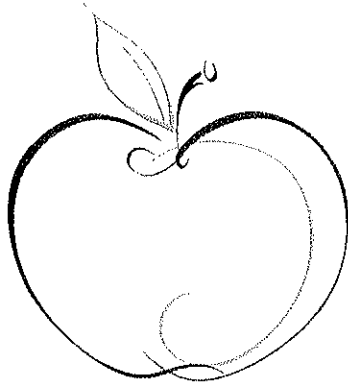
Διοργάνωση εκδηλώσεων

Τι μπορεί να πάει λάθος;;;
Σκεφτείτε εκδηλώσεις στις οποίες
παρευρεθήκατε...

 POWER IMAGE

APPLE


Aims
Preparation
People
Leadership
Environment



MC PROFESSIONAL TRAINING CENTRE  POWER IMAGE


Στόχοι Εκδήλωσης

- Προβολή
- Ψυχαγωγία
- Κτίσιμο, βελτίωση, διατήρηση, ή ενδυνάμωση εταιρικής ταυτότητας
- Παροχή πληροφοριών
- Σύσφιξη σχέσεων
- Δικτύωση
- Παρακίνηση & εμπύχωση
- Πωλήσεις.

 POWER IMAGE

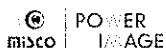
Είδη εκδηλώσεων

- Συνέδριο
- Σύσκεψη
- Συνέλευση
- Παρουσίαση
- Δεξίωση
- Εκπαιδευτικό πρόγραμμα
- Ψυχαγωγική εκδήλωση.

 POWER IMAGE

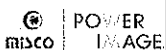
Στοχοθέτηση

- Τι θέλω να πετύχω;
- Σε ποιους θα απευθύνομαι;
- Τι θέλω να έχουν πάρει από την εκδήλωση;
- Τι εντύπωση θέλω να δημιουργήσω;
- Τι ύφος θα ταιριάζει με την επιθυμητή εταιρική ταυτότητα;
- Τι είδους εκδήλωση θα ελκύσει και θα ευχαριστήσει το στοχευόμενο μου κοινό;
- Τι θέματα θα καλύψω, τι δραστηριότητες θα υπάρξουν;
- Πως θέλω να νιώσουν οι παρευρισκόμενοι στο τέλος της εκδήλωσης;
- Ποια θα είναι τα κριτήρια επιτυχίας;



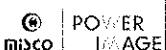
Συντονιστής Εκδήλωσης

- Χαρακτηριστικά
 - Ικανότητες οργάνωσης
 - Είναι προγραμματισμένος
 - Παρακινεί άτομα
 - Πείθει προμηθευτές
 - Κτίζει καλές σχέσεις
 - Δίνει ξεκάθαρους οδηγίες
 - Μεταβιβάζει εργασίες αποτελεσματικά
 - Προσέχει την λεπτομέρεια
 - Είναι απαιτητικός από τους προμηθευτές του
 - Δουλεύει βάσει χρονοδιαγράμματος
 - Αποτελεσματικός υπό πίεση
 - Διεκπεραίωση πολλαπλών δουλειών ταυτόχρονα.



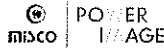
Υπευθυνότητες Συντονιστή

- Διευθυντικές ευθύνες
 - Προετοιμασία προϋπολογισμού
 - Δημιουργία προγράμματος που οδηγεί μέχρι την ημέρα της εκδήλωσης
 - Επίσκεψη και επίβλεψη υποψήφιων χώρων
 - Διαπραγμάτευση συμβολαίων (ξενοδοχεία, ενοικιάσεις, κλπ.)
 - Επικοινωνία με σμιλητές, καλλιτέχνες, κλπ
 - Προετοιμασία περιγραφών για τις διάφορες δραστηριότητες
 - Εξεύρεση και εκπαίδευση βοηθητικού προσωπικού
 - Διαχείριση κρίσεων
 - Έγκριση εξόδων
 - Ετοιμασία αξιολογήσεων για την εκδήλωση
 - Παρακολούθηση πληρωμών.



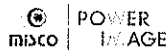
Υπευθυνότητες Συντονιστή

- Διοικητικές ευθύνες
 - Οργάνωση, προγραμματισμός συναντήσεων της επιτροπής
 - Δημιουργία δηλώσεων συμμετοχής και φυλλαδίων
 - Επικοινωνία με τους συμμετέχοντες
 - Παραγγελία υλικού και εξοπλισμού
 - Προετοιμασία ονομαστικών ετικετών, αφισών, βιβλιάριο προγράμματος, κλπ
 - Οδηγίες για τη διαμόρφωση χώρου
 - Διευθέτηση των επίσημων προσκεκλημένων
 - Οργάνωση διαδικασίας εγγραφών.



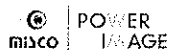
Διαπραγμάτευση Συμβολαίων

- Τα τελευταία χρόνια, οι συμφωνίες γίνονται πιο επίσημες με προμηθευτές, ξενοδοχεία κλπ και ζητούν υπογραφή συμβολαίων
- Η διαδικασία συμφωνίας παίρνει χρόνο – μέρες ή εβδομάδες
- Έχετε υπόψη σας ότι η διαδικασία πρέπει να γίνεται με επαγγελματισμό και με σκοπό την εξυπηρέτηση και των δύο πλευρών
- Όλα διαπραγματεύονται, δεδομένου ότι υπάρχει η σωστή προετοιμασία
 - Γνωρίζω τι θέλω
 - Γνωρίζω τις ανταγωνιστικές τιμές
 - Γνωρίζω τι μου επιτρέπει ο προϋπολογισμός μου.



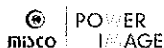
Ελκύοντας και οργανώνοντας τα ΜΜΕ

- Έχετε έτοιμη ονομαστική λίστα των δημοσιογράφων με τα στοιχεία τους
- Προσκαλέσετε συγκεκριμένα άτομα
 - Χρήση 3^{ων} μέσων:
 - Πρόσκληση με το ταχυδρομείο
 - Ηλεκτρονική πρόσκληση ή φας
 - Προσωπικό τηλεφώνημα
 - Ξεκινώντας τουλάχιστον ένα μήνα πριν την εκδήλωση με την αποστολή της πρόσκλησης, 2 εβδομάδες πριν την εκδήλωση με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, και μια εβδομάδα πριν, το προσωπικό τηλεφώνημα
- Δώστε καλούς λόγους και επιχειρήματα για να παραστούν – γιατί αυτή η είδηση θα ενδιαφέρει το κοινό τους, γιατί θα πουλήσει;
- Κτίστε προσωπικές σχέσεις με τους δημοσιογράφους, γιατί έτσι θα επικοινωνείτε μαζί τους πιο αποτελεσματικά.



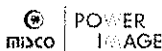
Ελκύοντας και οργανώνοντας τα ΜΜΕ

- «Π.Α.» ή «RSVP»
- Ετοιμάστε το υλικό τους και οργανώστε και προβλέψτε που θα καθίσουν / τοποθετηθούν κατά την εκδήλωση
- Διαμόρφωση χώρου έτσι ώστε να στηθούν οι κάμερες και τα μικρόφωνα των ΜΜΕ
- Έχετε έτοιμη λίστα από τα ΜΜΕ (Μέσο & όνομα δημοσιογράφου) που απάντησαν θετικά στη πρόσκληση και στην υποδοχή σημειώνετε ποια ΜΜΕ εισέρχονται. Έτσι θα ξέρετε ποιοι δεν έχουν έλθει και θα γνωρίζετε σε ποιους θα στείλετε το Press kit
- Press kit: περιλαμβάνει το πρόγραμμα της εκδήλωσης, όλες τις ομιλίες, έτοιμα άρθρα για δημοσίευση (και σε ηλεκτρονική μορφή), καθώς και οποιαδήποτε σχετικά λογότυπα ή φωτογραφίες σας σε ηλεκτρονική μορφή
- Πολλά μέσα, εάν δεν έχουν κάποιο φωτογραφικό υλικό, δεν δημοσιεύουν την είδησή! Γι' αυτό φροντίστε να έχετε φωτογράφο κατά την εκδήλωσή σας και αποστείλετε τις φωτογραφίες μαζί με την ανακοίνωση / άρθρο σας.



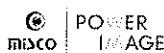
Προετοιμασία Προγράμματος και Ατζέντας

- Συμβουλές για αποτελεσματικό προγραμματισμό
 - Όταν υπάρχουν προσκεκλημένοι με διανυκτέρευση, προγραμματίστε την εκδήλωση μετά το check in και πριν το check out των ξενοδοχείων
 - Αν η εκδήλωσή σας έχει μεγάλη διάρκεια (6 ώρες ή περισσότερο) βεβαιωθείτε ότι υπάρχουν διαλείμματα
 - Σπάζετε τα απαιτητικά προγράμματα με διαλείμματα
 - Μετά το γεύμα προγραμματίστε δραστηριότητες που αφυπνίζουν
 - Μεγαλύτερες ομάδες χρειάζονται περισσότερο χρόνο για δικτύωση
 - Αφήστε τα πιο «διασκεδαστικά» και χαλαρά προγράμματα προς το τέλος
 - Ενημερώστε τους ομιλητές για τον διαθέσιμο χρόνο που έχουν.



Υποδοχή

- Έχετε τη λίστα των προσκεκλημένων, και σημειώνετε αυτούς που έρχονται
- Οι προσκεκλημένους να υποδέχονται και να ενημερώνονται για το που κάθονται (αν υπάρχουν προκαθορισμένες θέσεις)
- Οι VIPs θα πρέπει να συνοδεύονται στις θέσεις τους
- Στην υποδοχή να υπάρχουν 2-3 άτομα έτσι ώστε όταν ένα από τα άτομα θα πρέπει να συνοδέψει έναν προσκεκλημένο, να υπάρχουν άλλα άτομα διαθέσιμα
- Τα άτομα της υποδοχής θα πρέπει να έχουν θετική εικόνα, και χαμόγελο!



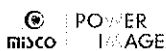
Δημιουργία θετικής εντύπωσης κατά την υποδοχή

- Όρθια στάση
- Απουσία σταυρωμένων χεριών και οποιωνδήποτε φραγμών
- Θετική εμφάνιση (κατάλληλα ρούχα, μαλλιά, μακιγιάζ)
- Οπτική επαφή
- Χαμόγελο
- Χαλαρό σώμα
- Ελεύθερα χέρια
- Ζωντανός τόνος φωνής
- Δυναμική χειραψία (δίνουμε ολόκληρο το χέρι και το σφίγγουμε, χωρίς όμως να προκαλέσουμε πόνο!)
- Ψιλά επίπεδα ενέργειας
- Εκφραζόμαστε στον πληθυντικό ευγενείας.



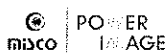
Εισαγωγική Ομιλία

- Δομή
 - Προσφώνηση
 - Πρόλογος / Εισαγωγή
 - Κύριο μέρος
 - Επίλογος
 - Επιφώνηση.



Εισαγωγική Ομιλία

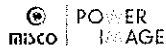
- Ανοίξετε την εισαγωγική σας ομιλία με τέτοιο τρόπο που θα προκαλέσετε ενθουσιασμό στο τι θα ακολουθήσει. Για παράδειγμα «Κυρίες και κύριοι, ετοιμαστείτε για μια πολύ διασκεδαστική βραδιά!»
- Επίσης, κατά την εισαγωγική σας ομιλία:
 - Καλωσορίζετε το κοινό και ευχαριστείτε τους για την παρουσία τους
 - Αναφερθείτε εν συντομία στους χορηγούς και ευχαριστείτε τους για τη στήριξη τους
 - Μιλήστε εν συντομία για τη σημασία της εκδήλωσης
 - Ενημερώστε το κοινό για το τι θα ακολουθήσει
 - Τέλος, απευθύνετε τον λόγο στον επόμενο ομιλητή.



Εισαγωγική Ομιλία...

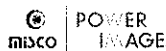
- Περιεχόμενο:

- Η τελευταία πρόταση της εισαγωγικής σας ομιλίας, αναφέρεται στον επόμενο ομιλητή: «Κυρίες και κύριοι, με ένα θερμό χειροκρότημα, να προσκαλέσουμε τον κύριο Αντώνη Μάρκου στη σκηνή / στο βήμα»
- Μην σταθείτε στην την ομιλία σας πάνω στο θέμα του κύριου ομιλητή
- Αναφερθείτε σε μερικά ενδιαφέροντα δεδομένα για τον ομιλητή: επιτεύγματα, εμπειρίες, προσόντα
- Σύντομη αναφορά στον οργανισμό, το όραμα, κλπ..



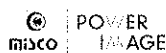
Προσφώνηση

Τύπος αναφοράς, ή τρόπος με το οποίο κάποιος αποτίνεται σε επίσημα, υψηλά ιστάμενα πρόσωπα, ή σε πρόσωπα με τιμητικές διακρίσεις



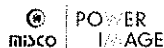
Προσφώνηση

- Πρόκειται για τον εισαγωγικό χαιρετισμό που απευθύνει ένας ομιλητής στο ακροατήριό του
- Όταν στο ακροατήριο παρευρίσκονται ιερωμένοι, προσφωνούνται στην αρχή
- Η προσφώνηση επιβάλλεται να είναι κλιμακωτή, δηλαδή ο πομπός απευθύνεται στο ακροατήριό του ξεκινώντας από τους πιο υψηλά ιστάμενους και προχωρώντας προς τους απλούς δέκτες.



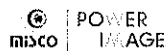
Κλιμακωτή προσφώνηση

- Παναγιότατε,
- Εξοχότατε κύριε Πρόεδρε της Κυπριακής Δημοκρατίας,
- Έντιμε κύριε Υπουργέ,
- Αξιότιμε κύριε Διευθυντή,
- Κυρίες και κύριοι.



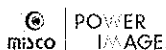
Παραδείγματα προσφωνήσεων

Οικείο ύφος	Ημιεπίσημο ύφος	Επίσημο ύφος
Αγαπημένοι φίλοι Αγαπημένοι συμμαθητές Αγαπημένοι συμπολίτες Αγαπημένοι ομοεθνείς Φίλες και φίλοι Φίλοι ακροατές Φίλοι συμμαθητές Φίλοι συμπατριώτες Σύντροφοι	Αγαπητοί φίλοι Αγαπητοί σύνεδροι Αγαητά μέλη Αγαητοί συμπολίτες Αγαητοί σύνοικοι Αγαητοί δημότες Αγαητοί πατριώτες Αγαητοί συνάδελφοι Αγαητοί ακροατές	Κυρίες και κύριοι Σεβαστοί σύνεδροι Σεβαστά μέλη Σεβαστοί καθηγητές Εκλεκτοί σύνεδροι Εκλεκτά μέλη Αξιότιμοι σύνεδροι Αξιότιμοι κυρίες και κύριοι Σεβασμιότατε Παναγιότατε



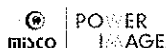
Παραδείγματα προσφωνήσεων επισήμων

- Εξοχότατε κύριε Πρόεδρε της Δημοκρατίας,
- Σεβασμιότατοι άγιοι Αρχιερείς,
- κύριοι Εκπρόσωποι των Κομμάτων,
- Κύριοι Βουλευτές,
- Κύριε Αρχηγέ του Γ.Ε.Θ.Α., Κύριε Αρχηγέ του Γ.Ε.Σ.,
- Κύριοι Αρχηγοί της Αστυνομίας, του Λιμενικού Σώματος, της Πυροσβεστικής
- Κύριοι Νομάρχες, Κύριοι Δήμαρχοι,
- Κύριοι Δικαστικοί, Κύριοι Πρυτάνεις, Κύριοι Εκπαιδευτικοί,
- Κύριοι Πρόξενοι,
- Κύριοι Εκπρόσωποι άλλων δογμάτων και θρησκειών,
- Κύριοι Εκπρόσωποι εφεδροπολεμικών Ενώσεων, Θυμάτων Πολέμου και Αναπήρων,



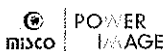
Επιφώνηση

- Τυποποιημένη φράση που τοποθετείται πάντοτε ανεξάρτητα από το κείμενο στο κάτω δεξιό μέρος της γραπτής διατύπωσής του, με την οποία ο πομπός εκφράζει τις ευχαριστίες προς τις/τους δέκτες

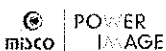


Παραδείγματα επιφωνήσεων

Οικείο ύφος	Ημιεπίσημο ύφος	Επίσημο ύφος
Ευχαριστώ. Ευχαριστώ πολύ. Σας ευχαριστώ. Σας ευχαριστώ πολύ. Σας ευχαριστώ και σας εύχομαι ό,τι καλύτερο. Σας χαιρετώ.	Σας ευχαριστώ για την αμέριστη προσοχή σας. Σας ευχαριστώ για το θερμό ενδιαφέρον σας. Σας ευχαριστώ θερμά. Σας ευχαριστώ εκ βάθους καρδιάς	Σας ευχαριστώ για την προσοχή που επιδείξατε. Σας ευχαριστώ για το ενδιαφέρον που επιδείξατε. Σας ευχαριστώ προκαταβολικά για την ανταπόκρισή σας



Αναμένετε τα απροσδόκητα



Οι νόμοι του Μέρφι...

1. Αν υπάρχει περίπτωση να πάει κάτι λάθος, θα πάει λάθος
2. Αν παιδεύεις κάτι πολλή ώρα, στο τέλος θα χαλάσει
3. Αν προσπαθείς ευχαριστείς τους πάντες, κάποιου δεν θα του αρέσει αυτό
4. Κάτι δεν μπορεί ποτέ να δουλέψει όπως ακριβώς θα θέλαμε
5. Οτιδήποτε και να κάνεις μια δεδομένη στιγμή, πάντα υπάρχει κάτι άλλο που θα ήθελες να κάνεις πρώτα.

MC PROFESSIONAL TRAINING SERVICES



POWER
IMAGE

...Οι νόμοι του Μέρφι

6. Αν εξηγήσεις κάτι με τέτοιο τρόπο που θα είναι αδύνατον να μην γίνει αντιληπτό, κάποιος δεν θα το καταλάβει.
7. Είναι πολύ πιο εύκολο να εμπλακείς σε κάτι παρά να ξεμπλέξεις από κάτι
8. Τίποτα δεν είναι σίγουρο μέχρι να πραγματοποιηθεί – και έστω κι αν πραγματοποιηθεί, πρέπει να το ελέγξεις τουλάχιστο δύο φορές
9. Όταν όλα φαίνονται να πηγαίνουν καλά, τότε σίγουρα ξέρεις ότι κάτι πάει λάθος
10. Το μόνο προβλέψιμο μέσα σε μια μέρα είναι ότι κάτι εντελώς απρόβλεπτο θα συμβεί, που θα μας ανατρέψει τα πλάνα της ημέρας.

MC PROFESSIONAL TRAINING SERVICES



POWER
IMAGE

Έχετε υπόψη σας τους Νόμους του Μέρφι...

- Αναμένετε τα αναπάντεχα
- Κρατήστε τη ψυχραιμία σας, μην πανικοβάλλεστε και μην πανικοβάλετε τους γύρω σας
- Σκεφτείτε δημιουργικά – πάντοτε υπάρχουν επιλογές
- Ζητήστε συμβουλή
- Ζητήστε βοήθεια.



POWER
IMAGE

Προσδιορισμός Στόχων Εκδήλωσης

Τι θέλω να πετύχω;

ΠΧ: Αύξηση πελατολογίου, προβολή οργανισμού και ενημέρωση για υπηρεσίες, ενδυνάμωση εικόνας.

Σε ποιους θα απευθύνομαι;

ΠΧ: Επιχειρήσεις: Υφιστάμενους πελάτες, μελλοντικούς πελάτες, συνεργάτες. Κυρίως υπεύθυνους προσωπικού.

Τι θέλω να έχουν πάρουν οι παρευρισκόμενοι από την εκδήλωση;

ΠΧ: Να ψυχαγωγηθούν, να ενημερωθούν για τις υπηρεσίες μας, να εντυπωσιαστούν.

Τι εντύπωση θέλω να δημιουργήσω;

ΠΧ: Εταιρεία που εκτιμά τους πελάτες της, δίνει αξία στο Ανθρώπινο Δυναμικό, ικανοί και ειδικοί στον τομέα τους.

Τι ύφος θα ταιριάζει με την επιθυμητή εταιρική ταυτότητα; (Χωρίς να ξενίζει υφιστάμενους πελάτες)

ΠΧ: Χαλαρό αλλά επαγγελματικό ύφος, δίνει ευκαιρία για δημιουργία καινούριων γνωριμιών, επιτρέπει τη συζήτηση.

Τι ενέργειες θα ευχαριστήσουν και θα ελκύσουν το στοχευόμενο μου κοινό;

ΠΧ: Ενδιαφέρουσες πληροφορίες, κάποια προσωπικότητα, η επιλογή ευχάριστου χώρου, ελκυστικό προσκλητήριο, κάποιο προσωπικό όφελος.

Τι θέματα θα καλύψω, τι δραστηριότητες θα υπάρχουν;

ΠΧ: Θέματα: Όραμα, αξίες, σύντομο ιστορικό, υπηρεσίες. Δραστηριότητες: Ψυχαγωγική δραστηριότητα με εμπλοκή μελλοντικών πελατών.

Πως θέλω να νιώσουν οι παρευρισκόμενοι στο τέλος της εκδήλωσης;

ΠΧ: Να έχουν περάσει όμορφα, να έχουν γνωρίσει νέα άτομα, να έχουν δημιουργήσει θετική εντύπωση για την εταιρεία καθώς και να έχουν πάρει σημαντικές πληροφορίες.

Ποια θα είναι τα κριτήρια επιτυχίας;

ΠΧ: Ενεργή συμμετοχή παρευρισκομένων, θετικά σχόλια από παρευρισκόμενους, δημιουργία νέων πελατών, νέα projects, αύξηση εισοδήματος σε σχέση με προηγούμενους μήνες και πέρσι.

Check list

Πλάνο προετοιμασίας με χρονοδιάγραμμα

Εργασία	Ημερομηνία ολοκλήρωσης – στόχος-	Πραγματική ημερομηνία ολοκλήρωσης
Διευκρίνιση στόχων εκδήλωσης	7 μήνες προηγουμένως	
Επιλογή μελών επιτροπής	7 μήνες προηγουμένως	
Διορισμός συντονιστή	7 μήνες προηγουμένως	
Καταγραφή και ανάλυση ιδεών από την επιτροπή	7 μήνες προηγουμένως	
Απόφαση για γενικό ύφος και γενικό περιεχόμενο	7 μήνες προηγουμένως	
Διορισμός και εκπαίδευση βοηθητικού προσωπικού	7 μήνες προηγουμένως	
Συλλογή προσφορών για τις κύριες δαπάνες	7 μήνες προηγουμένως	
Ανάλυση δαπανών και απόφαση εάν είναι ή όχι αναγκαίες	7 μήνες προηγουμένως	
Απόφαση τελικού προϋπολογισμού και προγράμματος	6 μήνες	
Έρευνα για χώρο	6 μήνες	
Έρευνα για ομιλητές	6 μήνες	
Εξεύρεση χρηματοδοτήσεων, χορηγών – παρουσιάσεις προτάσεων στους χορηγούς	6 μήνες	
Κλείσιμο προμηθευτών – DJ, Διακοσμητές, Audiovisual, φωτογράφων, ομιλητών	6 μήνες	
Κλείσιμο δωματίων για επισκέπτες από εξωτερικό & αεροπορικών εισιτηρίων	6 μήνες	
Απόφαση για συγκεκριμένο περιεχόμενο και πρόγραμμα	5 μήνες	
Ενημέρωση ομιλητών για τελικό πρόγραμμα	4,5 μήνες	
Προτάσεις και προσχέδια για διαφημιστικό υλικό, προσκλητήρια, κλπ.	4 μήνες	

Επιβεβαίωση προγράμματος και ατζέντας – συντονισμός με ομιλητές και υπενθύμιση. Τελική έγκριση από επιτροπή κλπ.	4 μήνες	
Παραλαβή υλικού από ομιλητές	3,5 μήνες	
Παραγγελία εκτυπωτικού υλικού, διαφημιστικών (φυλλάδια, αφίσες, κλπ.)	3 μήνες	
Δημιουργία λίστας προσκεκλημένων	3 μήνες	
Ετοιμότητα για εγγραφή προσκεκλημένων στην εκδήλωση	3 μήνες	
Ειδοποίηση των VIP	3 μήνες	
Προσαρμογή Website	3 μήνες	
Τελική επιβεβαίωση προς ομιλητές	3 μήνες	
Αποστολή δελτίων τύπου	3 μήνες	
Παραλαβή υλικού από εκτυπωτές	2 μήνες	
Τοποθέτηση διαφημιστικών – εφημερίδες, περιοδικά, ATL κλπ.	2 μήνες	
Παραγγελία ονομαστικών ετικετών	2 μήνες	
Παραγγελία δώρων	2 μήνες	
Τελική απόφαση για προσαρμογή χώρου	2 μήνες	
Τελική απόφαση φωτιστικών, διακόσμησης, ηχητικής, μουσικής, κλπ.	2 μήνες	
Υπενθύμιση ομιλητών	2 μήνες	
Τελική απόφαση για το Catering	2 μήνες	
Φακέλωμα υλικού για αποστολή	1,5 μήνες	

Αποστολή προσκλήσεων	1,5 μήνες	
Δημιουργία σκηνικού	1,5 μήνα	
Επικοινωνία με ομιλητές	1 μήνα	
Τηλεφωνική υπενθύμιση προς προσκεκλημένους	1 μήνα	
Τελική υπενθύμιση προς προσκεκλημένους	2 εβδομάδα	
Οργάνωση ψυχαγωγίας επισκεπτών και μεταφοράς τους	1 εβδομάδα	
Δημιουργία φόρμας αξιολόγησης	1 εβδομάδα	
Εκτύπωση ονομαστικών ετικετών	4-5 ημέρες	
Τοποθέτηση σκηνικού και διακοσμήσεων	2-3 μέρες	
Τελική επίβλεψη και έγκριση χώρου	2-3 μέρες	
Μεταφορά υλικού στον χώρο	2 μέρες	
Τελικό τεστ – παρουσιάσεις, ηχητικά	1-2 μέρες	
Ψυχαγωγία επισκεπτών	1-2 μέρες	
Τοποθέτηση καθοδηγητικών σημαδιών και αφισών	1-2 μέρες	
Οργάνωση υλικού, καθισμάτων, σημείο υποδοχής και εγγραφής	1-2 μέρες	
Αποστολή ευχαριστηρίων επιστολών, προς Ομιλητές, Επιτροπή, VIPs, Χορηγούς	-1 εβδομάδα	
Αξιολόγηση εκδήλωσης	- 2 εβδομάδες	
Πληρωμή τιμολογίων	-1-2 μήνες	

Κλιμακωτή προσφώνηση

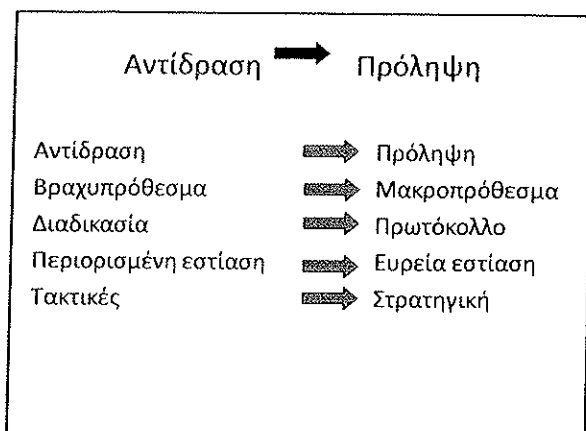
- Minister for Community Development, Youth and Sports, Dr Vivian Balakrishnan,
- Chef de Mission to the 25th South East Asian Games, Mrs Jessie Phua,
- Team Singapore Officials and Athletes,
- Friends from the Media,
- Ladies and Gentlemen, A very good evening.

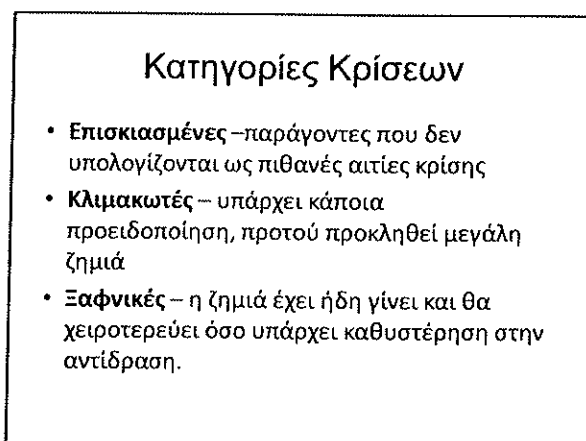


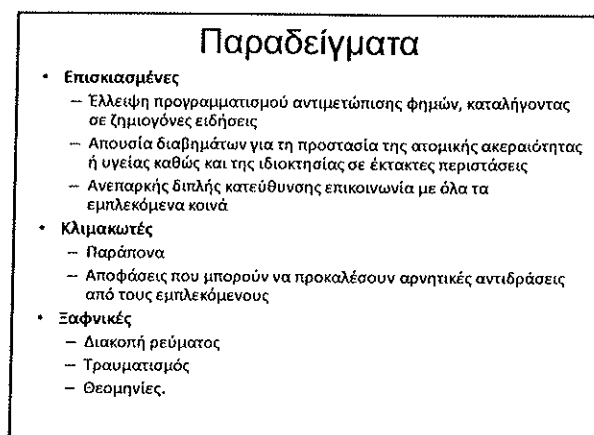
Παραδείγματα επίσημων προσφωνήσεων

- *Honourable* Minister,
- Distinguished Delegates,
- *Distinguished guests*,
- *Your Excellency Mr / Madam ambassador*,
- *Your Eminence (Archbishop Orthodox)*
- *Your Excellency (Archbishop, Roman Catholic)*
- *Your All Holiness (Patriarch, Greek Orthodox)*









Γιατί είναι σημαντική η προετοιμασία για κρίσεις;

- Αποφυγή κρίσης
- Ετοιμότητα
- Προστασία φήμης
- Εμπιστοσύνη
- Καλές σχέσεις με το κοινό
- Εκμετάλλευση στιγμών κρίσης.

Οι 5 πιο συνηθισμένοι λόγοι που πολλοί οργανισμοί δεν προετοιμάζονται για κρίσεις

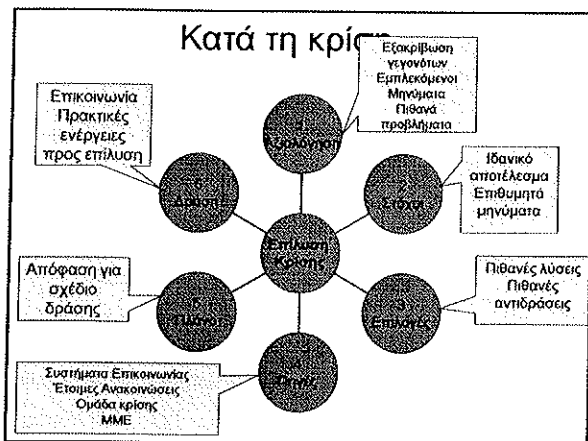
1. Δεν δέχονται το ενδεχόμενο κρίσης
2. Δεν βάζουν σε προτεραιότητα τον προγραμματισμό για κρίσεις
3. Δεν συνειδητοποιούν κινδύνους
4. Αγνοούν τα προειδοποιητικά σημάδια
5. Στηρίζονται πάνω σε πρόχειρα και μη-μελετημένα πλάνα

Τρεις προσεγγίσεις για αποτελεσματική διαχείριση κρίσεων

1. Διαβήματα προς αποφυγή ξεσπασμάτων κρίσεων
2. Γρήγορη αντίδραση για να προληφθεί κλιμάκωση
3. Επιδίωξη για αντιστροφή μιας κρίσης σε ευκαιρία.

Ικανότητες και Προσωπικότητα Συντονιστή

<ul style="list-style-type: none"> • Ικανότητες - Δημόσιας Ομιλίας - Διαπροσωπικές Ικανότητες - Επικοινωνιακές - Καλός ακροατής - Εξωτερική εικόνα - Γλώσσα του σώματος - Εστίαση 	<ul style="list-style-type: none"> • Προσωπικότητα - Με Αυτοπεποίθηση - Συμπονετικός - Ψύχραιμος - Δυναμικός - Κοινωνικός - Ανοιχτός - Υπομονετικός - Καθαρό μυαλό - Ανθρώπινος
--	--



Απρόοπτα

1. Φαγητό: Να μην αρκεί για όλους τους προσκεκλημένους(οδηγούς, μακιγιέζ, Συνοδούς). Να είναι πολύ μικρές οι μερίδες. Να είναι παγωμένο. Να μην έχουν επιλογές οι καλεσμένοι (χορτοφάγοι, νηστείες) Ποτά: Να μην είναι επαρκή για όλο τον κόσμο, Να υπάρχουν ποτά άλλης εταιρείας στο χώρο, εκτός του χορηγού. Να μην υπάρχει ποικιλία
2. Να βρέχει και να μην υπάρχει σκέπαστρο στην είσοδο του χώρου όπου διεξάγεται το event. Να μην υπάρχει χαλί στην είσοδο, ένα βρέχει να μην είναι γλιστερό το πάτωμα. Να είναι πολύ ζέστη και να μην υπάρχει σκέπαστρο. Να φυσάει και να καταστραφούν όλες οι δημιουργίες τα poster, κτλ.
3. Να μην έρθουν οι προσκεκλημένοι. Να έρθουν περισσότεροι προσκεκλημένοι από τι υπολογιζόταν. Να έρθουν απρόσκλητοι ορισμένοι (θέσεις;) Να έρθουν έξω διαδηλωτές έξω από το χώρο σου. Να μην υπολογίζεις του υπαλλήλους σου σαν καλεσμένους.
4. Να αρρωστήσει κάποιος ομιλητής. Να αργοπορήσει. Να χάσει την πτήση του. Να μην του αρέσει ο χώρος. Να μην είναι ευχαριστημένος με το χρόνο ομιλίας του. Να μην έρθει προετοιμασμένος.
5. Ο χώρος: Να είναι πολύ μικρός. Να είναι πολύ μεγάλος. Να μην δουλεύει ο φωτισμός (οποιοσδήποτε φωτισμός). Να είναι χαλασμένες οι τουαλέτες(να μην υπάρχει νερό). Να μην δουλεύει ο ήχος. Να μην υπάρχουν αρκετά καθίσματα. Να μην υπάρχουν καμαρίνια. Να μην υπάρχει security. Να μην υπάρχει οργάνωση. Να είναι λερωμένος ο χώρος. Να μην είναι καθαρά τα τραπεζομάντηλα. Να μην έχει επαρκή χώρο στάθμευσης. Να είναι πολύ μακριά.
6. Τα γκαρσόνια (αγενής, απεριποίητοι, λερωμένοι)
7. Να είναι πιο λίγες οι θέσεις. Να μην είναι σωστή η διάταξη των τραπεζιών. Λανθασμένη κατανομή θέσεων. Να φαίνονται κενά/άδεια τραπέζια.
8. Να μην βρίσκεις ταξί. Να μην έχεις κλείσει οδηγό. Να καθυστερήσει η προγραμματισμένη αναχώρηση. Να χρειαστεί να φύγει ένας guest πιο γρήγορα. Να επικρατεί πανικός στο χώρο στάθμευσης.
9. 8. Πιο λίγα δώρα. Φτηνά δώρα(Ανάλογα με την περίπτωση). Αχρείαστα δώρα. Εκτός θέματος δώρα. Δώρα μόνο για ορισμένα άτομα. Σπασμένα/Χαλασμένα δώρα.
10. Μεθυσμένοι υπάλληλοι. Να μην παρευρίσκονται στο πάρτυ οι υπάλληλοι. Να είναι σαν χαμένοι. Να μην είναι σωστά ντυμένοι. Να μην είναι ενημερωμένοι. Να αναθέτονται καθήκοντα την τελευταία στιγμή σε ένα υπάλληλο. Να μην είναι οργανωμένοι. Να λένε κακά σχόλια κατά της εκδήλωσης. Να μην αναγράφονται τα ονόματα τους στη λίστα καλεσμένων.

Συμβουλές:

1. Κινηθείτε γρήγορα και μεθοδικά. Προσπαθήστε να επιλύσετε αμέσως το πρόβλημα. Πάρτε πρωτοβουλίες.
2. Ζητήστε βοήθεια από κάποιον που είναι πιο έμπειρος, πιο δυνατός, πιο κατάλληλος.
3. Αυτοσχεδιάστε μια προσωρινή λύση μέχρι να επιλυθεί το πρόβλημα. Πάρτε πρωτοβουλίες.
4. Αντιμετωπίστε τα πάντα με ψυχραιμία και ευγένεια. Μην πανικοβληθείτε, λάθη συμβαίνουν και τυχαίνουν παντού. Με την σωστή και άμεση δράση υπάρχουν πολύ πιο απλές λύσεις. Αντιμετωπίστε τα πράγματα με χιούμορ.