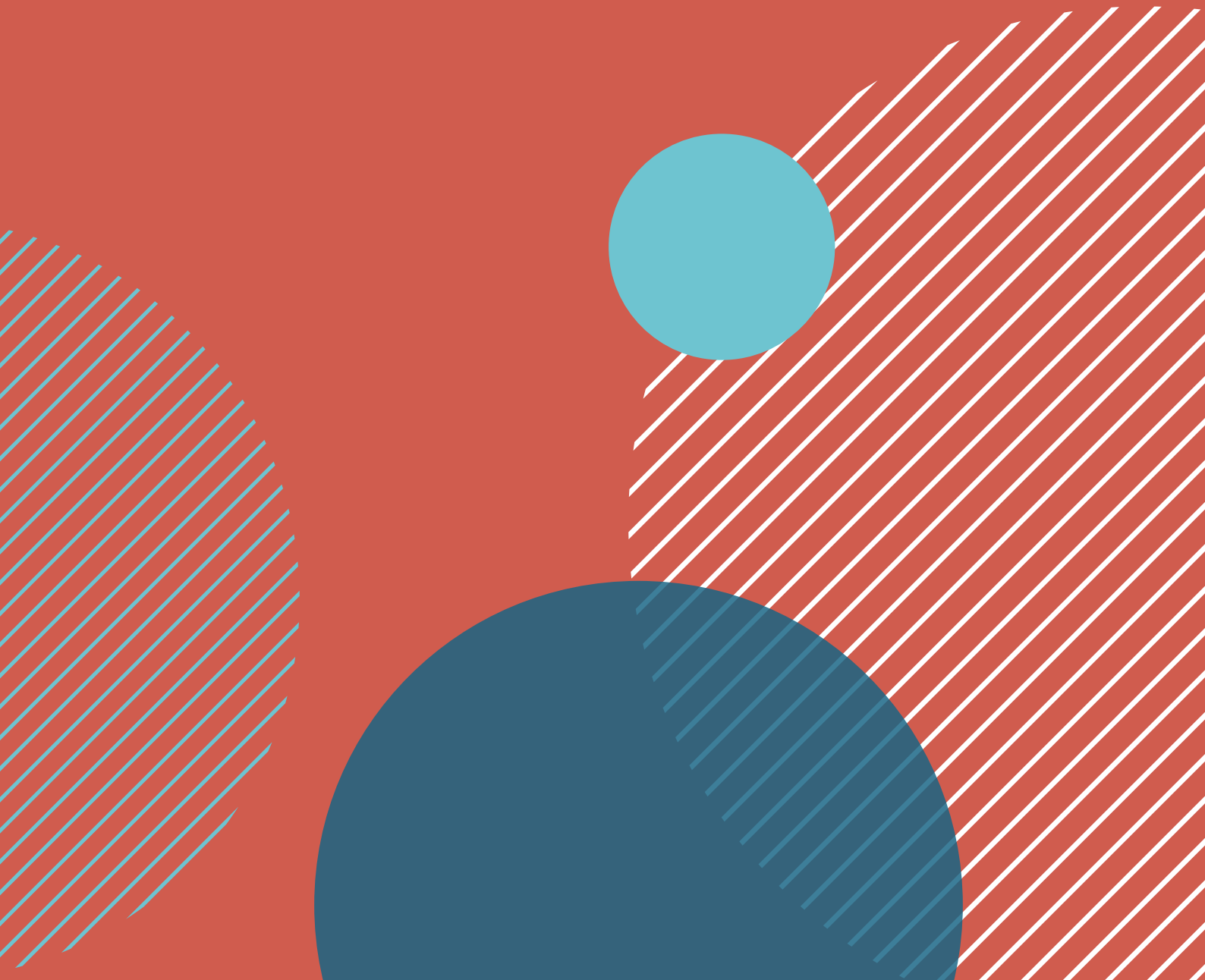


PRIROČNIK ZA ORGANIZACIJO DOGODKOV

URBAN CULTURE FOR RURAL DEVELOPMENT



UVOD

Pred vami je priročnik, ki smo ga v Mladinskem centru BIT oblikovali v pomoč mladim pri organizaciji dogodkov. Nastal je v sklopu evropskega projekta "Urban culture for rural development", ki smo ga izvajali v partnerstvu z organizacijo Mladi za Marof iz Novega Marofa. Priročnik je zastavljen kot kontrolni seznam vseh elementov, na katere ne smemo pozabiti, ki je na naslednji strani razložen. Od tipa dogodka in prizorišča je odvisno katere elemente moramo urediti, velikokrat pa so že del infrastrukture.

V tem priročniku se bomo naučili kako oblikovati idejo dogodka glede na tip dogodka, kako izbrati prizorišče in primeren datum, kakšna je razlika med dogodkom notri in zunaj, kako postaviti program in ga bookirati, za katere elemente produkcije moramo poskrbeti pred dogodkom, da bi zagotovili tehnične zahteve dogodka, kako prodajati vstopnice in oglaševati dogodek, na katere elemente gostinstva ne smemo pozabiti in kaj vse nas čaka na dan dogodka. Dogodek pa se ne konča z nastopom naše glavne zvezde, ampak moramo prizorišče še pospraviti, primerno očistiti in na koncu dogajanje z ekipo evalvirati.

Priročnik je razdeljen na posamezna področja organizacije, ki jih moramo načrtovati in pripravljati vnaprej. 80% dogodka se zgodi pred dnevom dogodka.

Del organizacije dogodka je tudi ureditev birokracije in dovoljenj za izpeljavo dogodka - ob prijavi prireditve na Upravni enoti ti povedo pod katerimi poggji lahko dogodek izpelješ in katera dovoljenja so potrebna. Ponavadi so to dovoljenje občine, prijava na SAZAS, soglasje lastnika prireditvenega prostora, elaborat zvoka, prijava prireditve zdravstvenemu domu, ureditev evakuacijskih poti za glasilce, načrt varovanja. Dovoljenja urejamo od dneva začetka pa vse do dneva dogodka pri čemer moramo upoštevati različne roke za oddajo!

CHECKLIST

VSE SE
ZAČNE
PRI IDEJI

- TIP DOGODKA IN KONCEPT
- IME DOGODKA IN OPIS
- ZBERI EKIPO IN DODELI VLOGE
- KRAJ IN ČAS DOGODKA
+ rezerve, kapaciteta prizorišča
- VIZIJA IN CILJNA PUBLIKA
- FINANČNI OKVIR
- VIZUALNA PODOBA
- DOVOLJENJA ZA DOGODEK

ZASNOVA DOGODKA

Organizacija dogodka se začne pri ideji, ki jo želimo uresničiti. Naša ideja se nanaša na določen tip dogodka - koncert, predstavo, party, festival... od tipa dogodka je odvisen obseg aktivnosti, ki jih moramo izpeljati pred samim začetkom dogodka. Določimo kje in kdaj se bo dogodek odvil in pri tem upoštevamo, da naš datum ne sovпада z ostalimi dogodki, prazniki. Nekaj razlik je tudi med organizacijo notranjega in zunanjega dogodka - če načrtuješ dogodek notri je ponavadi na voljo že obstoječa infrastruktura - oder, foh, WCji, poznane vstopne logistike (vhod, izhod, nalaganje), lažje postavljanje prizorišča, garderoba, notri ne pride v poštev pirotehnika, pri zunanjih dogodkih pa postavljamo celotno infrastrukturo iz ničle in moramo poskbeti za vse sami, prav tako moramo upoštevati vreme. Za lokacijo in termin določimo tudi rezerve. Uspešnost dogodka je v veliki meri odvisna od obiskovalcev, saj dogodkov ne delamo zase, ampak za druge. Določimo naš cilj in vizijo dogodka, kakšno izkušnjo želimo pričarati, kdo je naša ciljna publika in s kakšnim budgetom razpolagamo. Na podlagi teh podatkov oblikujemo željeni lineup in začnemo kontaktirati nastopajoče.

Načrtovanje vnaprej je izjemno pomembno, vendar vseeno računaj na to, da gre lahko vsaj ena stvar narobe.

Za uspešno izpeljavo dogodka je pomembna ekipa, ki vključuje različne tipe ljudi - organizator, odgovorna kontaktna oseba, PРоvec, tehnik, fotograf, dizajner, električar, gostinec, hkrati pa so vse pridne roke dobrodošle, saj so na dan dogodka aktivnosti časovno zastavljenje (čiščenje, postavljanje prizorišča, okrasitev). Število članov ekipe lahko na dan dogodka zraste iz 3-5 tudi na 50+. Vsak član ekipe mora vedeti kaj je njegova odgovornost, kaj so njegove naloge in kako jih izpolnjevati. Stavimo na iskrene odnose v ekipi, da zdržijo na dolgi rok. Prav tako je ključna sprotna komunikacija, ki največkrat poteka preko aplikacij Whatsapp ali Slack.

CHECKLIST

FINANCE

- PREVOZ, NASTANITEV IN HRANA NASTOPAJOČIH
- HRANA IN PIJAČA NA PRIZORIŠČU
- IZPLAČILA IZVAJALCEM ZA OPREMO IN NASTOPAJOČIM ZA NASTOP
- PREVOZ ZAPOSLENIH
- MATERIAL ZA POSTAVITEV PRIZORIŠČA
- SPONZORSTVA IN DONACIJE

FINANČNI NAČRT

Financiranje je pomemben faktor dogodka, saj vpliva na to, kaj vse si lahko privoščimo. Lahko ga jasno zastavimo vnaprej ali sproti prilagajamo glede na pridobljena sredstva. Uporabimo lahko lastna sredstva, sredstva soorganizatorjev, spoznorska in donatorska sredstva, se prijavimo na razpise ali denar pridobimo s prodajo direktno na prireditvi (rekviziti, hrana, pijača)

Pri ocenjevanju stroškov in oblikovanju proračuna moramo upoštevati vse kar bomo za izpeljavo dogodka potrebovali.

Finančni načrt naj zajema identifikacijo stroškov in prihodkov, nadzor, spremljanje in končno analizo prihodkov in stroškov.

Največji stroški so najem odra, ozvočenja in luči, honorarji nastopajočih in zahteve nastopajočega (prevoz, nastanitev), oprema za prizorišče (drobni material, ograje, šank, hladilniki, elektrika), varovanje prireditve in oglaševanje.

3 prihodkovni kanali (revenue stream)

- Prodaja vstopnic
(največ dela s tem)
- Gostinstvo
- Sponzorstva

Na vseh moraš delat pozitivno nulo :)

Spoznorstva in partnerji - sredstva lahko pridobite tudi preko poslovnih poti, a v zameno za financiranje morate tudi vi zagotoviti koristi sponzorju. Logotip na letaku ni dovolj :) pomembna so pametna partnerstva, da oni dobijo nekaj, kar pri sebi ne morejo dobit. Spustite jih v nek sloj dogodka, kamor brez vas ne morejo it. Donatorji se od sponzorjev razlikujejo v tem, da v zameno ne morejo zahtevati ničesar.

CHECKLIST

PROGRAM

- NAJDI KONTAKT NA SPLETU
- KONTAKTIRAJ MENEGEMENT Z ŽELJENIM DATUMOM IN OPISOM LOKACIJE
- POGODI SE ZA CENO IN POGOJE
- PODPIŠI POGODBO ZA NASTOP
- GLEDE NA ZVEZDO VEČERA BOOKIRAJ PREOSTALI PROGRAM
- PRIDOBI TEHNIČNI IN HOSPITALITY RIDER
- POSKRBI ZA SPREMLJEVALNI PROGRAM

PROGRAM

V osnovni ideji dogodka razmišljamo tudi o nastopajočih na prireditvi, ki jo želimo izpeljati. Glede na finančne zmožnosti in ciljno publiko oblikujemo željeni program po urah. Naslednji korak je pridobivanje kontaktov izvajalcev oz njihovih zastopnikov. Kontaktiramo jih po telefonu ali preko maila - kar je boljše, da imamo dogovore pisno zabeležene v primeru nejasnosti. Sporočimo jim željeni datum nastopa in lokacijo, oni pa nam odgovorijo, če je izvajalec na voljo in kakšen honorar zahteva. V nekaterih primerih lahko na honorar vplivamo in ga izpogajamo glede na naše zmožnosti. Ko dosežemo ustrezen dogovor vse pogoje zapišemo v pogodbo, ki je zavezujoča in jo moramo spoštovati mi kot organizator in tudi izvajalec. V pogodbo vključimo tudi obveznosti izvajalca za promo aktivnosti - video izjava, intervju, artist ID, vendar po principu manj je več. Agencija oz izvajalec mora potrditi tudi artwork dogodka, template lahko vključite tudi v pogodbo. Posredovati vam morajo tudi uradni press pack, ki je jedro promocije in vsebuje foto material in opise nastopajočega.

Ko gradite program je pomembno, da veste komu boste ta program prodali (ne delajte ga za sebe, to ni rojstnodnevna zabava, razen če imate veeeliko denarja)

Z agencijo ali izvajalcem se morate dogovoriti tudi kakšne so tehnične zahteve izvajalca (tehnični rider), kaj vse mora biti na odru za uspešen nastop (stage plot) in kaj vse potrebuje v zaodrju (hospitality rider). Na dan dogodka moramo poskrbeti da izpolnujemo vse pogodbene obveznosti, v nasprotnem primeru lahko pride do odpovedi nastopa.

Na večdnevnih dogodkih je pogosta praksa tudi spremljevalni program - gibalne aktivnosti (npr joga), izposoja koles, predstavitev lokalne kulinarike...

CHECKLIST

PRODUKCIJA

- ELEKTRIKA, VODA
- NAJEM ODRA, OZVOČENJA, LUČI
- TLORIS PRIZORIŠČA IN STAGE PLOT
- DOLOČI VHODE, FOH, ODER, BACKSTAGE, VIP, ŠANK
- POSKRBI ZA VARNOST -
● VARNOSTNIKI, PRVA POMOČ, GASILCI (EVAKUACIJSKE POTI)
- POSKRBI ZA OGRADITEV PRIZORIŠČA IN NALETNE OGRAJE
- NAJEM WC-JEV IN ODVOZ SMETI

TEHNIČNE ZAHTEVE DOGODKA

Glede na lokacijo dogodka moramo zagotoviti osnovne tehnične zahteve brez katerih dogodek ne more uspeti - potrebujemo elektriko za ozvočenje in luči ter gostinstvo, vodo, oder - upoštevati moramo, da za koncert potrebujemo večji oder kot za DJa, ozvočenje in luči. V izogib neprijetnemu izpadu elektrike v času dogodka poskbimo za primerno moč električne napeljave.

Načrtovanje lahko poenostavimo z izrisom tlorisa prizorišča kjer označimo kje vse potrebujemo vtičnice in elektriko, vodo, vhode na oder in na prizorišče, FOH (prostor za tonskega tehnika in lučkarja), zaodrje za nastopajoče, VIP prostor in šank. Celotno prizorišče zamejimo z ograjami, saj ne želimo, da ljudje nekontrolirano vstopajo na površine dogodka. Vrisati moramo tudi evakuacijske poti glede na varnostni načrt. Pred odrom potrebujemo naletne ograje za preprečevanje navala ljudi.

Poskrbeti moramo tudi za parkirna mesta za obiskovalce, najem predpisane količine WCjev glede na kapaciteto prizorišča in koše za smeti. Vse pomembne elemente moramo označiti z označbami, ki bodo izkušnjo dogodka olajšale.

Izkušnja dogodka je odvisna od prizorišča - stadion, parkirišče, klub, bar, dvorana kulturnega doma. Načrtuj tudi druge aktivnosti dogodka - photo booth, chill zone, dostop do WiFija, elektrike, zanimiv dekor, da bo celovita izkušnja pozitivna.

Srednje velik oder potrebuje vsaj 32-50A moči električne napeljave.

Na 100

CHECKLIST

PRODAJA

- PRODAJNE MREŽE
- IZRIS PRIZORIŠČA IN DOLOČANJE KAPACITETE PRIZORIŠČA
- TERMINSKO NAČRTOVANJE PRODAJE
- KONTINGENTI VSTOPNIC PO CENI
- SPROTNA PROMOCIJA OB MENJAVI CENE

PRODAJA

Tako kot vsako področje ima tudi prodaja svoj protokol. Večina prirediteljev se poslužuje prodaje preko eventima, mojekarte, entrio in podobnih sistemov, ki imajo razvejane in lahko dostopne prodajne mreže - npr. na Petrolu. Lahko pa se za prodajo dogovorimo tudi na lokalni info točki, v priljubljene lokalno.. Prodajo moramo terminsko načrtovati v nekaj mesecev naprej, odvisno od kapacitete željenega prizorišča. Količino vstopnic, ki so na voljo pa razdelimo tudi na kontingente po ceni - early bird, VIP, predprodaja, na dan dogodka. Prodajo vedno načrtujemo v koraku s promocijo - če ne povemo, da se nekaj dogaja ne vpliva na prodajo (npr. objavimo prvega nastopajočega in damo v prodajo early bird vstopnice).

Denar od prodaje vstopnic in sponzorji naj pokrijejo izvajalce, prodaja pijače na dogodku pa produkcijo in logistiko.

CHECKLIST

PROMOCIJA

- PRIPRAVI GRAFIKE IN BESEDILA ZA PROMOCIJO DOGODKA
- FIZIČNO IN DIGITALNO OGLAŠEVANJE
- USKLADI PROMOCIJO S PRODAJO VSTOPNIC
- NE POZABI NA SPONZORJE!
- ODNOSI Z MEDIJI - OBVEŠČANJE JAVNOSTI O DOGAJANJU

PROMOCIJA DOGODKA

Poznamo digitalno in fizično promocijo dogodka. Za uspešno promocijo potrebujemo privlačno vizualno podobo, ki pritegne pozornost in je poleg slik izvajalca glavno komunikacijsko orodje.

- fizično = tiskovine, promo materiali, plakati, billboards, metrolight, panoji
- digitalno = spletna stran, social media, google ads, PR članki pri lokalnih medijih, sinergija s podobnimi org. dogodkov

Orodja, ki jih uporabimo v promociji:

- Odnosi z mediji - slovenski landscape je zelo omejen, zato je potrebno vključevati v promo novinarje in jim zrihtati objave

BTL promocije: prisotnost na sorodnih dogodkih in promocija dogodka tam, kombo vstopnice s sorodnim dogodkom

Ne delat dogodkov zaradi dogodkov. Live experience je lahko najbolj uspešno marketinško orodje, ker se ljudje ob glasbi sprostijo in so dojemljivi za to, da slišijo kaj jim želi organizator sporočiti.

CHECKLIST

GOSTINSTVO

- NABAVA PIJAČE (+ HRANE)
- NAJEM BLAGAJN, HLADILNIKOV, TOČILNIH APARATOV
- SKLADIŠČE/HLADILNICA ZA PIJAČO
- POSTAVITEV ŠANKA
- NAJEM STREŽNEGA OSEBJA
- MENJALNINA, DROBIŽ

GOSTINSTVO

Gostinstvo je poseben segment dogodka, ki poleg nastopajočih najbolj vpliva na izkušnjo obiskovalcev. Lahko zanj poskrbimo sami ali ta segment prepustimo gostincu. Začne se pri izbiri asortimana pijač in določanju cen, nato se ta pijača mesec pred dogodkom naroči za dostavo dan pred dogodkom. Poskrbimo tudi za naročilo kozarčkov - bodisi plastičnih ali recikliranih, najbolj zaželjeno pa vračljivih. Gostinstvo potrebuje svojo infrastrukturo - šank, ki je izdajna površina, h kateremu moramo postaviti še hladilnike, da bo pijača primerno hladna in blagajne ter v primeru poslovanja z gotovino tudi menjalnino (drobiž za vračanje). V načrtu prireditve smo že povedali, da za šank potrebujemo elektriko - za hladilnike, točilne naprave za pivo, blagajne in luči. Pazite, da je električna napeljava dovolj močna za vse priključene naprave.

Poskrbeti moramo tudi za pravilno ločevanje odpadkov - predvsem plastika in steklo in pripraviti koše za smeti.

Ne pozabi na hrano in pijačo za ekipo na dan dogodka. Zadnji dan bo stresen, olajšaj si ga.

Za delo v šanku moramo zbrati tudi ekipo natakarev, ki bodo v času dogodka obraz festivala, saj vsak obiskovalec tudi kaj spiše. Nasmeh na obrazu, hitrost postrežbe in prijazen odnos so vrline, ki izkušnjo prireditve naredijo prijetnejšo.

Pijačo za dogodek shranjujemo v hladilnici ali skladišču za gostinstvo, ki mora biti obvezno pod ključem. Popišite tudi začetno zalogo in v primeru, da organizirate festival dnevno delajte inventuro porabljene pijače.

CHECKLIST

NA DAN
DOGODKA
(ali še bolje nekaj
dni prej)

- POSTAVITEV PRIZORIŠČA - ODRA IN UREDITEV PROSTORA ZA OBISKOVALCE
- OGRAJEVANJE PRIZORIŠČA, OZNAČBE
- ORGANIZACIJA VSTOPA/IZSTOPA
- BACKOFFICE ZA EKIPO
- SCENOGRAFIJA ODRA
- FUNKCIONALNA POSTAVITEV ŠANKA
- PARKIRNI PROSTOR ZA OBISKOVALCE
- BACKSTAGE - ARTIST HOSPITALITY

NA DAN DOGODKA

Na dan dogodka vas čaka malo morje nalog, ki jih morate opraviti za uspešno izpeljavo dogodka. Pripravo in postavitve prizorišča vam priporočamo, da naredite že kak dan prej, saj imate tako več časa, da popravite nepredvidene težave, ki se lahko pojavijo. Vnaprej ste poskrbeli za tehnične zahteve dogodka, zdaj pa je čas, da vse postavite na svoje mesto.

Backoffice za ekipo (kamor se praktično preseliš v času dogodka)

Napišite si časovnico dogodka - načrtujte tonske vaje in čas za menjavo nastopajočih na odru.

Vstopna logistka - scan kart, vstop/izstop, delaš z varnostno službo, guestlist, info točka Akreditacije!!

Pomembne telefonske številke v času dogodka, ključi na broju

Dan pred dogodkom se obvezno naspi, saj boš energijo in fokus potreboval_a dlje kot na navaden dan.

Preveri če vsi člani ekipe vedo kaj so njihove naloge in jih motiviraj.

CHECKLIST

KO JE
LEPEGA
KONEC

- POSPRAVLJANJE PRIZORIŠČA
- ČIŠČENJE PRIZORIŠČA
- IZPLAČILA IZVAJALCEM IN NASTOPAJOČIM
- ZAHVALE PARTNERJEM, SPONZORJEM
- EVALVACIJA DOGODKA IN ŽUR ZA EKIPO
- NAČRTI ZA NAPREJ

PRIROČNIK

=POMOČ



Sofinancira program
Evropske unije
Erasmus+