



ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ (Τ201)

Προετοιμασία, Διεξαγωγή και Αποτίμηση
Εκδηλώσεων



Δρ. ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΓΟΥΛΙΜΑΡΗΣ
Καθηγητής Σ.Ε.Φ.Α.Α. – Δ.Π.Θ

Σκοπός

- Η παρουσίαση στοχεύει στο να παρουσιαστεί συνολικά η πορεία οργάνωσης μιας εκδήλωσης χορού και αναψυχής με όλες τις επιμέρους φάσεις της και στο σύνολο της. Ακόμη επιδιώκεται η πρακτική εξάσκηση των συμμετεχόντων σε επιμέρους οργανωτικά στοιχεία.

Οργάνωση εκδηλώσεων

Η καλή οργάνωση μιας εκδήλωσης:

- μειώνει τον κόπο και το κόστος
- ποσοτικά και ποιοτικά καλύτερο αποτέλεσμα
- αποφυγή καταστάσεων πανικού, πίεσης του χρόνου, αλληλοκάλυψης αρμοδιοτήτων, αλλαγής πλάνων την τελευταία στιγμή
- βελτιώνει την αποδοτικότητα. Χρήση όσο το δυνατόν λιγότερους πόρους και προσφορά στο κοινό το καλύτερο δυνατόν αποτέλεσμα που θα το ικανοποιεί
- Ο διαχειριστής της εκδήλωσης και η διοίκηση καλείται να διαχειριστεί κυρίως τα στοιχεία του εσωτερικού περιβάλλοντος του οργανισμού για να πραγματοποιήσει την χορευτική εκδήλωση και να πετύχει τον υψηλότερο βαθμό ικανοποίησης του κοινού.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

- Θα παρουσιαστεί η συνολική πορεία οργάνωσης μιας εκδήλωσης.
- Κάθε στάδιο ή στοιχείο της θα μπορούσε να αναλυθεί σε ανεξάρτητη παρουσίαση.
- Συνήθως οι εκδηλώσεις έχουν καθορισμένη και μικρή διάρκεια.
- Τα στάδια που θα αναλυθούν μπορούν να εφαρμοστούν για την οργάνωση τοπικών ή ευρύτερης διάστασης εκδηλώσεων

Τ
Α

Σ
Τ
Α
Δ
Ι
Α

Ο
Ρ
Γ
Α
Ν
Ω
Σ
Η
Σ



- 1. Αρχικό στάδιο



- 2. Οργάνωση της εκδήλωσης
 - 2.1. Πρόταση χρηματοδότησης
 - 2.2. Η δημιουργική διαδικασία



- 3. Διεξαγωγή της εκδήλωσης



- 4. Αξιολόγηση της εκδήλωσης

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο

Οι διοργανωτές προσπαθούν να εκτιμήσουν την εφικτότητα της εκδήλωσης.

Δημιουργούνται «σενάρια» με όσο το δυνατό περισσότερες λεπτομέρειες. Σκοπός είναι να εκτιμηθούν τα πλεονεκτήματα, τα θετικά στοιχεία, τα πιθανά προβλήματα, κτλ.

Οι αναγκαίες πληροφορίες αντλούνται από το περιβάλλον του φορέα διοργάνωσης. Η αρχική ιδέα συγκεκριμενοποιείται έτσι ώστε να εγκριθεί από την διοίκηση.

Συνεκτιμούνται οι απαιτήσεις σε προσωπικό, σε οικονομικούς πόρους, σε υλικοτεχνική υποδομή, η διοικητική υποστήριξη και η προώθηση της εκδήλωσης.

Η διοίκηση και ο υπεύθυνος διαχείρισης της εκδήλωσης επανεξετάζουν και οριοθετούν τους στόχους, το θέμα, καθώς και τα γενικότερα χαρακτηριστικά της.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο - Στόχοι

Η επιτυχής στοχοθέτηση της εκδήλωσης πληροί ορισμένες προϋποθέσεις:

- Ποσοτικοποιημένοι, δηλαδή να εκφράζονται ποσοτικά και να είναι μετρήσιμοι. Ακόμη και για αυτούς που αρχικά φαίνεται ότι δεν είναι μετρήσιμοι, υπάρχουν τεχνικές για την ποσοτικοποίηση τους.
- Ρεαλιστικοί και επιτεύξιμοι (ρεαλιστικές εκτιμήσεις για τα δεδομένα).
- Διατυπωμένοι με σαφήνεια και ακρίβεια (χωρίς περιθώρια παρερμηνείας).
- Χρονικός προσδιορισμός επίτευξής τους
- Η επίτευξη του ενός δεν θα πρέπει να εμποδίζει την επίτευξη των άλλων π.χ. η αύξηση του κοινού της εκδήλωσης, όταν στηρίζεται στην μείωση του αντίτιμου που καταβάλουν οι θεατές, μπορεί να «συγκρούεται» με τον στόχο αύξησης των εσόδων.
- Αποδεκτοί και αποτελούν κίνητρο για την γρήγορη και σωστή επίτευξής τους από το στελεχιακό δυναμικό.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο - Αυτοανάλυση

Ανάλυση των πληροφοριών που αφορούν την εκδήλωση. Τα αρχικά των λέξεων strengths (δυνατά σημεία), weaknesses (αδυναμίες), opportunities (ευκαιρίες) και threats (απειλές) συνθέτουν τον όρο SWOT. Η ανάλυση SWOT είναι μια τεχνική ανάλυσης, ταξινόμησης και ιεράρχησης των πληροφοριών που βοηθά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και προώθησης της εκδήλωσης. Αναλύονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του, καθώς και οι απειλές και οι κίνδυνοι που θα αντιμετωπίσει ο φορέας στο μέλλον. Στις εκδηλώσεις, ο διοργανωτής μπορεί να αναλύσει τους παράγοντες του εσωτερικού περιβάλλοντος του φορέα που επιδρούν στην εκδήλωση και αντίστοιχα τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος δηλαδή τους παράγοντες που δεν ελέγχει αλλά επηρεάζουν την εκδήλωση.

Η ανάλυση γίνεται με την εκτίμηση των δυνατών και αδύνατων σημείων της εκδήλωσης καθώς και των ευκαιριών και των απειλών που υπάρχουν.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο – Αυτοανάλυση

Ισχυρά σημεία

π.χ. η φήμη και η καταξίωση στη συνείδηση του κοινού από προηγούμενες εκδηλώσεις, η διαθεσιμότητα οικονομικών πόρων, η ποιότητα του χώρου της εκδήλωσης, κτλ

Αδύνατα σημεία

Η έλλειψη πολλών από τα δυνατά σημεία μπορεί να αποτελέσει πηγή αδυναμιών, π.χ. η έλλειψη ικανού και εξειδικευμένου προσωπικού, η κακή αισθητική ή ποιότητα του χώρου φιλοξενίας της εκδήλωσης, κτλ.

Ευκαιρίες

Η διαπίστωση και η διόρθωση των αδυναμιών μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία ευκαιριών, π.χ. η πραγματοποίηση της εκδήλωσης και σε άλλες γεωγραφικές περιοχές, κτλ

Απειλές

Οι απειλές και οι κίνδυνοι σχετίζονται κυρίως με παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος της εκδήλωσης, π.χ. το ευρύτερο κακό οικονομικό περιβάλλον, οι κακές καιρικές συνθήκες, κτλ

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο

Προηγούμενες εκδηλώσεις

Ο διοργανωτής της εκδήλωσης οφείλει όχι μόνο να γνωρίζει αλλά να ερμηνεύει και να αξιολογεί τις προηγούμενες εκδηλώσεις που έγιναν στην περιοχή από άλλα παρόμοιους φορείς. Το ίδιο ισχύει και για τις προηγούμενες χορευτικές εκδηλώσεις του ίδιου του φορέα.

Το κοινό

Ο φορέας είναι σημαντικό να γνωρίζει το κοινό στο οποίο απευθύνεται. Είναι λογικό, η γνώση των χαρακτηριστικών του κοινού να επηρεάσει το θέμα της εκδήλωσης, το περιεχόμενο, τη χρονική στιγμή πραγματοποίησης της, κτλ. Θα πρέπει να βρεθούν τρόποι συλλογής πληροφοριών σχετικά με το κοινό. Όλες οι εκδηλώσεις δεν είναι ελκτικές και δεν κινούν το ενδιαφέρον όλων των ανθρώπων.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο

Το κοινό

Θα πρέπει να γνωρίζουμε την ομάδα ανθρώπων που οι απαιτήσεις και οι προσδοκίες τους ικανοποιούνται από την προσφερόμενη εκδήλωση και αποτελούν την κατηγορία κοινού που ανταποκρίνεται θετικά στις εκδηλώσεις του φορέα. Σε μεταγενέστερο στάδιο οργάνωσης της εκδήλωσης και συγκεκριμένα κατά την διαδικασία προώθησής της, ο διοργανωτής θέλει να γνωρίζει το κομμάτι του κοινού που απευθύνεται για να προσαρμόσει ανάλογα τους τρόπους επικοινωνίας και προώθησής της. Αυτό προϋποθέτει ότι έχει προηγηθεί η διαδικασία εντοπισμού και επιλογής των τμημάτων του κοινού που παρουσιάζουν ενδιαφέρον. Η διαδικασία αυτή ονομάζεται τμηματοποίηση του κοινού.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο

Το κοινό

Υπάρχουν διάφορα κριτήρια τμηματοποίησης του κοινού π.χ. δημογραφικά χαρακτηριστικά, τύπος κατοικίας, ψυχογραφικά χαρακτηριστικά, συχνότητα συμμετοχής, κα

Μετά τον διαχωρισμό του κοινού σε ομάδες με βάση τα χαρακτηριστικά του, επιλέγεται το κοινό-στόχος που είναι το τμήμα εκείνο του κοινού με παρόμοιες ανάγκες και επιθυμίες που προβλέπεται ότι θα ανταποκριθεί θετικά και θα ικανοποιηθεί από την χορευτική εκδήλωση.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο

Ανίχνευση χρηματοδοτών

Κάθε κατάλληλος και πιθανός χρηματοδότης της εκδήλωσης πρέπει να αναζητηθεί και να εκτιμηθεί η πρόθεση και η δυνατότητά του να ανταποκριθεί σε πιθανή κρούση χρηματοδότησης.

Προϋπολογισμός

Εκτιμάται με ένα γενικό τρόπο το χρηματικό ποσό που απαιτείται για την πραγματοποίηση της εκδήλωσης καθώς και το ποσό ότι μπορεί να συγκεντρωθεί και να είναι διαθέσιμο γι'αυτήν.

Ο προϋπολογισμός πρέπει να είναι τουλάχιστον ισοσκελισμένος και ρεαλιστικός .

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο - Προϋπολογισμός

Έξοδα

Συνήθως η κατηγορία δαπανών με το μεγαλύτερο κόστος είναι το ανθρώπινο δυναμικό. Ο υπολογισμός των φόρων είναι αναγκαίος. Χρήσιμο είναι ο υπολογισμός απρόβλεπτων εξόδων της τάξης του 5 με 10 % επί των συνολικών δαπανών.

Κατηγορίες δαπανών :

Αμοιβές προσωπικού, μετακίνηση, μεταφορά εξοπλισμού και υλικών, σκηνικά, κοστούμια, χώρος της εκδήλωσης, λειτουργικό κόστος, κόστος επικοινωνίας, διαφήμιση και προβολή, έντυπο υλικό, κόστος για την τεχνική κάλυψη, δώρα, αναμνηστικά, ανθοδέσμες, αναψυκτικά, καφές, γεύματα, φωτογραφίες και video, ασφαλιστική κάλυψη.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

1. Αρχικό στάδιο

Έσοδα

Εισιτήρια, πώληση προγραμμάτων, πώληση αντικειμένων, μπλουζάκια, χορηγίες από τον ιδιωτικό τομέα, δωρεές, επιχορηγήσεις, ίδια χρηματικά ποσά.

Εκτίμηση της απαιτούμενης υλικοτεχνικής υποδομής

Ανίχνευση ημερομηνιών διεξαγωγής & πιθανής ακύρωσης

Εκτίμηση της εφικτότητας

Εκτιμούμε αν η εκδήλωση είναι δυνατόν να υλοποιηθεί ή όχι. Εφόσον η εκτίμηση είναι θετική, προχωράμε στα επόμενα στάδια της. Η επικύρωση της απόφασης θα πρέπει να γίνεται από το αρμόδιο όργανο διοίκησης.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Μετά την απόφαση για την υλοποίηση της εκδήλωσης σχεδιάζονται και υλοποιούνται όλες οι αναγκαίες ενέργειες για την επιτυχή διεξαγωγή της εκδήλωσης.

Διαμορφώνεται ένας «οδικός χάρτης» ο οποίος συμπεριλαμβάνει με λεπτομέρειες την πορεία της εκδήλωσης. Γίνεται λεπτομερής καταγραφή και ποσοτικοποίηση όλων των παραμέτρων της εκδήλωσης σε κάθε φάση υλοποίησής της π.χ. γίνεται αναλυτική σύνταξη του προϋπολογισμού, του χρονοδιαγράμματος, εκτίμηση των απαιτούμενων αναγκών σε ανθρώπινους πόρους, υλικά, εξοπλισμό, προμήθειες, κα.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2.1. Πρόταση χορηγίας

Από τις πρώτες ενέργειες είναι η πρόταση χρηματοδότησης έτσι ώστε να γνωρίζουμε συγκεκριμένα το διαθέσιμο ποσό.

Χρηματοδότες

Πιθανόν να υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός χρηματοδοτών. Πρέπει να αποφασιστεί ποιοι από αυτούς είναι οι πλέον κατάλληλοι για την εκδήλωση και να σταλεί σε αυτούς η πρόταση χρηματοδότησης. Διαφορετικοί φορείς χρηματοδότησης έχουν διαφορετικά ενδιαφέροντα, προτεραιότητες και στρατηγικές.

Ανάλογα με το προφίλ, τον τύπο, την εμβέλεια, την ποιότητα, το μέγεθος και την κάλυψη από τα ΜΜΕ της εκδήλωσης, ποικίλουν οι φορείς που θα ήθελαν να συνεισφέρουν οικονομικά ή σε είδος.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2.1. Πρόταση χορηγίας

Το περιεχόμενο

Η λεπτομερής περιγραφή της εκδήλωσης δείχνει την οργανωτική ετοιμότητά σας. Περιγράφουμε το είδος της εκδήλωσης, το θέμα, τον στόχο, το περιεχόμενο, ποια τα συνεργαζόμενα πρόσωπα και οι φορείς, πού, πότε, πόσο θα διαρκέσει, πόσοι προβλέπεται να την παρακολουθήσουν, πόσος είναι ο χρόνος προετοιμασίας, το ποσό της αιτούμενης χρηματοδότησης, κτλ. Μια γενική περιγραφή του προϋπολογισμού της σχεδιαζόμενης εκδήλωσης δείχνει το μέγεθος, τον οργανωτικό ορθολογισμό και το εφικτό του εγχειρήματος.

Τα προσδοκώμενα οφέλη του χορηγού καθώς και οι πιθανές παροχές προς αυτόν θα πρέπει να αναφερθούν με όση μεγαλύτερη ακρίβεια και λεπτομέρεια είναι δυνατό.

Εστιάζουμε σε στοιχεία που ενδιαφέρουν τον πιθανό χορηγό που θα τον προέτρεπαν να δώσει χρήματα όπως για παράδειγμα η οικοδόμηση μιας καλής εικόνας.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2.1. Πρόταση χορηγίας

Η προσέγγιση των χορηγών

Μια γρήγορη επαφή με τους χορηγούς πριν την αποστολή της πρότασης χορηγίας αυξάνει την αποτελεσματικότητά της. Κατά την συνάντηση, εάν ο πιθανός χορηγός δεν γνωρίζει το έργο του φορέα που διοργανώνει την εκδήλωση, του γνωστοποιούνται και του προβάλλονται προγενέστερες εκδηλώσεις καθώς και οι θετικές κριτικές τους. Συνήθως ο διαθέσιμος χρόνος είναι μικρός. Για αυτό η σαφήνεια του λόγου, η συμπύκνωση των μηνυμάτων, ο ενθουσιασμός και κυρίως η διάθεση να ακουστούν τα σχόλια και οι παρατηρήσεις του μελλοντικού χορηγού είναι σημαντικοί παράγοντες της αποτελεσματικότητας της συνάντησης.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Η οργάνωση μιας εκδήλωσης απαιτεί οργανωτικές ικανότητες οι οποίες αυξάνονται όσο το μέγεθός της μεγαλώνει.

Αρμοδιότητες και ευθύνες

Αφού καθοριστούν οι εργασίες που πρέπει να γίνουν στην συνέχεια αναθέτονται σε άτομα. Η ανάθεση αρμοδιοτήτων και ευθυνών είναι από τις πρώτες ενέργειες που οφείλουν να γίνουν ανάλογα με τις ικανότητές τους. Η συγκρότηση επιτροπών η οποία αποτελεί μια διαδικασία ανάληψης ευθυνών και αρμοδιοτήτων (π.χ. οργανωτική, επίτιμη, οικονομικών). Ενδεικτικά: η συγγραφή της πρότασης χορηγίας, η επαφή με τους χορηγούς, τους τεχνικούς και τους καλλιτέχνες, η προώθηση της εκδήλωσης στο κοινό, η διαχείριση του προϋπολογισμού, η εξασφάλιση του εξοπλισμού και του χώρου, κτλ.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Οργανόγραμμα

Το οργανόγραμμα παρουσιάζει τη δομή που έχει υιοθετηθεί για την οργάνωση της εκδήλωσης.

Χρονοδιάγραμμα

Σημαντικότερος παράγοντας για την καλή οργάνωση μιας εκδήλωσης. Περιλαμβάνει τις ημερομηνίες που συγκεκριμένα πράγματα πρέπει να γίνουν. Το χρονοδιάγραμμα είναι ένα εργαλείο ελέγχου της πορείας της εκδήλωσης.

Προώθηση της εκδήλωσης

Σκοπός της είναι να πληροφορήσει το κοινό για την εκδήλωση, να δημιουργήσει μια επιθυμητή εικόνα γι αυτήν, να την διαφοροποιήσει από αντίστοιχες εκδηλώσεις, να πείσει και να παρακινήσει το κοινό να την παρακολουθήσει και να υπενθυμίσει τα οφέλη και την ικανοποίηση που αποκόμισε το κοινό από προηγούμενες συμμετοχές του σε εκδηλώσεις.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Μέσα προώθησης:

Διαφήμιση είναι ένα πληρωμένο μήνυμα σε μέσο μαζικής ενημέρωσης χωρίς προσωπική επικοινωνία, που σκοπό έχει να πληροφορήσει το κοινό για την εκδήλωση (μέσα εκπομπής, οπτικά μέσα, έντυπα μέσα, διαδίκτυο). Η διαφήμιση αυξάνει την αποτελεσματικότητα της μέσω της επανάληψης της και απευθύνεται σε μεγάλες ομάδες κοινού με ένα τυποποιημένο μήνυμα.

Η προσωπική πώληση είναι η παρουσίαση της χορευτικής εκδήλωσης με απευθείας επικοινωνία με το κοινό. Δημιουργεί μια αμφίδρομη σχέση, αυξάνει το βαθμό ανταπόκρισης του κοινού (τηλεφωνική, πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία). Υπάρχουν τα χρονικά περιθώρια να αναπτυχθεί διάλογος, να εξηγηθούν τα χαρακτηριστικά της εκδήλωσης, και να προσαρμοστούν τα επιχειρήματα.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Μέσα προώθησης:

Η δημοσιότητα είναι η μη πληρωμένη αναφορά των μέσων ενημέρωσης στην εκδήλωση. Το κοινό αντιλαμβάνεται την αναφορά ως είδηση των μέσων (αφιερώματα για την εκδήλωση, συνεντεύξεις τύπου, προσωπικές συνεντεύξεις, δελτία τύπου). Η δημιουργία ειδικών δημόσιων events πριν την κύρια εκδήλωση για να τραβήξουν το ενδιαφέρον του κοινού και να αυξήσουν την δημοσιότητά της, είναι ένας εναλλακτικός τρόπος προώθησης της.

Οι δημόσιες σχέσεις στοχεύουν να δημιουργήσουν καλές σχέσεις και ένα κλίμα εμπιστοσύνης και κατανόησης μεταξύ του φορέα και του κοινού. Να οικοδομήσουν δηλαδή μια θετική στάση και εικόνα. Η δημιουργία μιας επιτυχημένης εικόνας είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που απαιτεί συστηματικότητα, συνέπεια και συνέχεια. Οι δράσεις στα πλαίσια των δημοσίων σχέσεων απευθύνονται όχι μόνο στο κοινό που παρακολουθεί τις εκδηλώσεις του αλλά και στους δημοσιογράφους, τα ΜΜΕ, τις τοπικές και κρατικές αρχές, την ευρύτερη τοπική κοινωνία και τους χρηματοδότες.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Οικονομική διαχείριση

Ο προϋπολογισμός οριστικοποιείται με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ακρίβεια. Η εκτέλεση του προϋπολογισμού ανατίθεται σε ένα πρόσωπο το οποίο διαχειρίζεται το σύνολο των πληρωμών και εσόδων. Ο διαχειριστής των οικονομικών στο τέλος παραδίδει τον οικονομικό απολογισμό με όλα τα απαραίτητα παραστατικά.

Συσκέψεις

Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο παρακολούθησης και ελέγχου της πορείας οργάνωσης της εκδήλωσης (εκ των προτέρων προγραμματισμός, κατάρτιση ημερήσιας διάταξης, προεδρεύων). Όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της εκδήλωσης τόσο αυξάνονται ο αριθμός και η συχνότητα τους.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2. Οργάνωση της εκδήλωσης

Υλικά - Εξοπλισμός

Η προμήθεια εξοπλισμού και υλικών είναι αναγκαία είτε με την έναρξη των διαδικασιών οργάνωσης, είτε κατά την διάρκεια τους, είτε κατά την διεξαγωγή της εκδήλωσης. Η καλή συνεργασία με άλλους φορείς της τοπικής κοινωνίας μπορεί να μειώσει το οικονομικό κόστος, με την παραχώρηση χρήσης του εξοπλισμού

Προετοιμασία αξιολόγησης

Προετοιμασία για το τι θα αξιολογηθεί, η γνώμη ποιών ανθρώπων θα ζητηθεί και με ποιόν τρόπο θα γίνει η συλλογή των πληροφοριών.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2.2. Η δημιουργική διαδικασία

Παράλληλα με το στάδιο οργάνωσης της εκδήλωσης στις εκδηλώσεις υπάρχει το στάδιο της δημιουργικής διαδικασίας. Αφορά την συνεργασία όλων των συντελεστών της εκδήλωσης για τη δημιουργία του τελικού αποτελέσματος π.χ. η σύνθεση του προγράμματος, η εκμάθηση των χορών και της χορογραφίας, η σύνδεση μουσικής και χορού, κτλ.

Η δημιουργία της εκδήλωσης απαιτεί ομαδική δουλειά. Η επιτυχημένη συνεργασία πολλών ατόμων λειτουργεί πολλαπλασιαστικά ως προς το τελικό αποτέλεσμα. Έτσι μπορεί να δημιουργηθεί μια παράσταση ανώτερη της προσδοκώμενης λόγω της καλής αλληλεπίδρασης των συντελεστών της. Το ακριβώς αντίθετο αποτέλεσμα μπορεί να προέλθει από την κακή συνεργασία τους, η οποία μπορεί να αποτελέσει παράγοντα αποτυχίας της.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2.2. Η δημιουργική διαδικασία

Είναι σημαντική η δημιουργία και εδραίωση ενός θετικού εργασιακού κλίματος. Η επίτευξή του εξαρτάται από την συμπεριφορά των εμπλεκόμενων ατόμων κατά τη διάρκεια της εργασίας και την γενικότερη στάση τους.

Η επιτυχής διαχείριση των σχέσεων μιας ομάδας π.χ. χορευτών, που εργάζονται για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης προϋποθέτει ένα καλό επίπεδο επικοινωνίας μεταξύ των μελών της ομάδας, την ανάπτυξη θετικών συμπεριφορών, την παροχή κινήτρων και το σωστό προγραμματισμό όλων των φάσεων και ενεργειών της δημιουργικής διαδικασίας.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

2.2. Η δημιουργική διαδικασία

- γνωστοποιήστε και καθορίστε με σαφήνεια στους συνεργάτες σας τους στόχους της εκδήλωσης και το επιδιωκόμενο καλλιτεχνικό αποτέλεσμα,
- κάθε συντελεστής της χορευτικής εκδήλωσης πρέπει να γνωρίζει το ρόλο και την δουλειά του,
- κάντε όχι επικριτικά αλλά θετικά και υποστηρικτικά σχόλια,
- σχεδιάστε καλά την δουλειά σας σε τμήματα,
- καθορίστε τους στόχους και το περιεχόμενο καθενός και ενημερώστε σχετικά την ομάδα σας,
- λειτουργήστε με χρονοδιάγραμμα,
- τηρήστε τις καταληκτικές ημερομηνίες,
- δώστε χρονικά περιθώρια που να μην δημιουργούν πίεση,
- προγραμματίστε συσκέψεις με την ομάδα σας και εξετάστε την πορεία των εργασιών,
- ακούστε όλες τις απόψεις και ιδέες των συνεργατών σας,
- αξιολογήστε, ελέγξτε και δώστε ανατροφοδότηση για την δουλειά των συνεργατών σας με σκοπό την βελτίωση και όχι την κριτική τους,
- βοηθήστε να βρεθούν λύσεις στα προβλήματα που θα προκύψουν ακόμη και αν αυτά είναι προσωπικού χαρακτήρα,
- υιοθετήστε μια ήπια και όχι επιθετική συμπεριφορά,
- μην είστε φειδωλοί με τον έπαινο,
- εξασφαλίστε την ελάχιστη πειθαρχία ώστε να τηρείται το πρόγραμμα και το χρονοδιάγραμμα των εργασιών.

Δημιουργία ενός θετικού εργασιακού περιβάλλοντος: Προγραμματισμός, Επικοινωνία, Κίνητρα,

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

3. Διεξαγωγή της εκδήλωσης

Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει όλες τις ενέργειες που γίνονται λίγο πριν, κατά την διάρκεια ή αμέσως μετά την πραγματοποίηση της εκδήλωσης και στοχεύουν στην ομαλή διεξαγωγή της και στην ικανοποίηση του κοινού.

Προετοιμασία του χώρου

Καθαριότητα, θέρμανση/ψύξη, καθίσματα σε καλή κατάσταση και σωστή διάταξη, γενικός φωτισμός, οι έξοδοι κινδύνου, πυροσβεστήρες, τουαλέτες, η πρόσβαση από έξω να είναι ανεμπόδιστη, πρόσβαση ΑΜΕΑ, μετακίνηση από την κεντρική είσοδο στην αίθουσα να είναι άνετη, ο χώρος του φουαγιέ να διαθέτει όλα τα αναγκαία.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

3. Διεξαγωγή της εκδήλωσης

Έλεγχος λειτουργίας του εξοπλισμού

Ετοιμότητα προς χρήση: φωτισμός, η ηχητική εγκατάσταση, τα προβολικά, τα κουστούμια.

Φροντίδα κοινού

Η φροντίδα προς το κοινό είναι μια διαρκής προσπάθεια κάλυψης των επιθυμιών του και ικανοποίησής του. Μετακίνηση κοινού (ρύθμιση κυκλοφορίας -επαφή με τοπικές αρχές & ΜΜΜ-χώρος στάθμευσης, πρόσβαση σε ΑΜΕΑ).

Αναμονή κοινού (αντιλαμβανόμενος χρόνος αναμονής). Πιθανοί χώροι συνωστισμού, μείωση του αντιλαμβανόμενου χρόνου αναμονής (μουσική), πότε γίνονται οι ουρές;, αύξηση του προσωπικού, ύπαρξη κατάλληλης σήμανσης, προστασία από τα καιρικά φαινόμενα.

Ύπαρξη κατάλληλου προσωπικού (ευγενικό, χαμογελαστό, να γνωρίζει, να είναι αναγνωρίσιμο).

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

3. Διεξαγωγή της εκδήλωσης

Φροντίδα συντελεστών - καλλιτεχνών

Πρόβλεψη για την μετακίνηση και την διαμονή τους, διαχείριση του εξοπλισμού τους, παροχές στο χώρο εκδήλωσης (παρασκήνια).

Παρουσιαστής

Κάλυψη με ΜΜΕ, φωτογραφίες & DVD

Δημόσιες ευχαριστίες στο προσωπικό (δώρο, βράβευση, ανθοδέσμη)

Αποκατάσταση χώρου (αντικείμενα που έχουν ξεχαστεί, καθαριότητα και ευταξία του χώρου, τακτοποιείται ο εξοπλισμός)

Ευχαριστήριες επιστολές

Απρόβλεπτες καταστάσεις (ατύχημα, κλοπή, αστοχία υλικού, φυσική καταστροφή). Ο κίνδυνος μπορεί να προέρχεται από το εσωτερικό περιβάλλον (αμέλεια προσωπικού, κακός προγραμματισμός) ή από το εξωτερικό περιβάλλον (καιρός).

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

4. Αξιολόγηση της εκδήλωσης

Η αξιολόγηση είναι η συλλογή των διαφορετικών δεδομένων και απόψεων για την εκδήλωση, η ανάλυση τους και διεξαγωγή των συμπερασμάτων, προκειμένου να μετρηθεί πόσο επιτυχής είναι.

Η αξιολόγηση αρχίζει στην αρχή της εκδήλωσης όταν λαμβάνουμε αποφάσεις για τους στόχους της και τι θέλουμε να πετύχουμε.

Η πραγματοποίησή της δείχνει οργανωτική σοβαρότητα, ικανότητα και κυρίως μια αντίληψη συνεχούς βελτίωσης των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

4. Αξιολόγηση της εκδήλωσης

- Στοχοθέτηση, η οποία έχει γίνει στο αρχικό στάδιο.
- Συλλογή στοιχείων και πληροφοριών, τυπικά και ανεπίσημα.

Η αντικειμενική αξιολόγηση απαιτεί συνήθως την συλλογή πληροφοριών από διάφορες πηγές. Τέτοιες πηγές μπορούν να είναι το κοινό, ειδικοί του χώρου, οι κριτικοί τέχνης, συνάδελφοι από άλλους φορείς, οι χρηματοδότες, κτλ. Πρέπει να επιλέξετε πηγές, οι οποίες είναι αξιόπιστες και δείκτες επιτυχίας για τους στόχους σας.

Μόλις επιλέξετε τις πηγές σας, πρέπει να σκεφτείτε τρόπο συλλογής των πληροφοριών που χρειάζονται την ελάχιστη δυσκολία.

Υπάρχουν πέντε προφανείς τρόποι να συλλεχθούν οι πληροφορίες:

- Άτυπη συζήτηση - Συνεντεύξεις - Ερωτηματολόγια - Κριτικές - Προσωπική γνώμη

Οργάνωση εκδηλώσεων - Τα στάδια οργάνωσης

4. Αξιολόγηση της εκδήλωσης

- Ανάλυση των πληροφοριών.
- Αξιολόγηση της επίτευξης των στόχων και προσδιορισμός των αδυναμιών.
- Παρουσίαση των αποτελεσμάτων στη διοίκηση ή στο χορηγό
- Προγραμματισμός για το μέλλον.

Η διαδικασία της αξιολόγησης δεν είναι γραμμική, είναι σπειροειδής.

Καλό είναι να διατηρήσετε ένα αρχείο με τα συμπεράσματα της αξιολόγησής σας ως υπενθύμιση για το τι ήταν επιτυχές, τι δεν λειτούργησε και γιατί.

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Αθανασοπούλου Α., Δάλλας Κ., Μακρή Α, & Χαμπούρη – Ιωαννίδου Α. (2003). *Πολιτιστική επικοινωνία. Μέσα επικοινωνίας*. Τόμος Β, Πάτρα: ΕΑΠ.
- Αλεξανδρής Κ. (2011). *Αρχές μάνατζμεντ και μάρκετινγκ οργανισμών και επιχειρήσεων αθλητισμού και αναψυχής*. Θεσσαλονίκη: Χριστοδουλίδης.
- Βαλάκας Ι. (2000). *Μάρκετινγκ ΙΙ. Τεχνικές επικοινωνίας*. Τόμος Β', Πάτρα: ΕΑΠ.
- Βινιεράτου Μ., Γεωργίου Α., Γλύτση Ε., Κιούκας Α., Μπυσουλέγκα Χ., Οικονόμου Μ., Σκούρα Β., Ταξοπούλου Ι. & Χαμπούρη – Ιωαννίδου Α. (2003). *Πολιτιστική πολιτική και διοίκηση. Πολιτιστική διαχείριση*. Πάτρα: ΕΑΠ
- Γρηγορούδης Β. & Σίσκος Γ. (2000). *Ποιότητα υπηρεσιών και μέτρηση ικανοποίησης του πελάτη*. Αθήνα: Νέες Τεχνολογίες.
- Diggle K. (1994). *Arts marketing*. London: Rhinegold
- Freakley V. & Sutton R. (1996). *Essential guide to business in the performing arts*. London: Hodder & Stoughton.
- Κορρές Γ. & Γλύτση Ε. (2002). *Οικονομία του πολιτισμού. Πόροι*. Τόμος Β'. Πάτρα: ΕΑΠ.
- Κουρή Μ. (2008). Πολιτιστικό μάρκετινγκ. Εστιάζοντας στον άνθρωπο. Στο: *Πολιτιστική διαχείριση*. (σελ 21 - 33) Άρτα: ΤΕΙ Ηπείρου

Ενδεικτική Βιβλιογραφία

- Κουθούρης Χ. (2009). *Υπαίθριες δραστηριότητες αναψυχής, ακραία αθλήματα. Μάνατζμεντ υπηρεσιών & εκπαίδευση στελεχών*. Θεσσαλονίκη: Χριστοδουλίδης.
- Λυμπερόπουλος Κ. & Παντουβάκης Α. (2000). *Μάρκετινγκ ΙΙ. Μάρκετινγκ υπηρεσιών*. Τόμος Α', Πάτρα: ΕΑΠ.
- Montana P. & Charnov B. (1993). *Μάνατζμεντ*. (μτφ. Κατσαντώνης Ι. & Κατσαντώνη Σ.), Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Πασχαλίδης Γρ. & Χαμπούρη - Ιωαννίδου Α. (2002). *Οι διαστάσεις των πολιτιστικών φαινομένων. Εισαγωγή στον πολιτισμό*. Τόμος Α, Πάτρα: ΕΑΠ
- Τζωρτζάκης Κ. & Τζωρτζάκη Α. (1992). *Οργάνωση και διοίκηση*. Αθήνα: Τζωρτζάκης
- Τόφλερ Α. (1992). *Κατανάλωση και κουλτούρα*. Αθήνα : Κάκτος
- UNESCO. (2006). *Cultural Industries*. Bureau of Public Information