

# Реализация мероприятия

## Пространство мероприятия

### Улица

Что можно сделать на улице? До того как человек войдет к вам? Во-первых, получить в администрации этого района вашего города разрешение на парковку. Во-вторых, предусмотреть указатели для автомобилистов и пешеходов. Обязательно проверьте, насколько хорошо они просматриваются из движущегося автомобиля. Как правило, для такого типа указателей достаточно большого логотипа компании-организатора и стрелки.

И еще несколько идей на этот счет.

Прожекторы, установленные перед входом и бьющие в небо, заметны издали.

Мероприятие может начаться еще до входа на территорию проведения, например на шлагбауме могут дежурить женщины-полицейские или стюардессы, раздающие посадочные талоны.

Может быть, поставить горячие бочки по ходу движения гостей? Определите точку, в которой гости начинают слышать музыку вашего мероприятия. Чем раньше, тем лучше, — сильнее интрига. Придумайте элементы, которые могут

[Почитать описание, отзывы и купить на сайте МИФа](#)

включить человека еще до входа, что может заинтриговать его. На мероприятие он должен прийти уже подготовленным.

## Вход на мероприятие

Мероприятие — это особая вселенная со своими правилами. Здесь отменяются законы внешнего мира, появляются свои боги и герои. И мы все, попадая на эту планету, практически моментально принимаем новые правила игры как данность.

Вход на мероприятие — это портал в созданную вами реальность, в другое измерение. Это настоящее посвящение! Здесь действуют другие законы и начинается другая история.

Представьте коридор со множеством дверей. И за одной из них ваше мероприятие. Гость, еще приближаясь к ней, должен знать, что именно она — **та самая**. Возможна и обратная ситуация, когда вы держите все в абсолютной секретности и только избранные знают, куда идти. Но принцип здесь работает тот же: вход должен стопроцентно угадываться, пусть и только посвященными.

Помните наши ощущения, когда мы с большим чемоданом, из которого торчит трубка для плавания, садимся в такси, едем в аэропорт, чтобы отправиться на море? Помните это ощущение превосходства и жалости к тем, кто остается? А потом мы будем смотреть из окна самолета и жалеть их с удвоенной силой.

Ваши гости, подходя к площадке, должны осознавать именно это: они избранные, они сейчас попадут туда, а многие другие — нет. И необычный вход на мероприятие играет ключевую роль.

Вход — это часть концепции. И она должна быть отражена в декорациях. Вход включает человека в программу.

Переводит его из одного режима в другой. Включить человека может только действие. Что ваши гости будут делать на входе?

Фотографироваться для внутреннего паспорта, который открывает все двери? Повязывать ленту члена VIP-клуба? Просто покажут приглашение? Это нужный ритуал в начале. Действие человека включает его и заставляет соотносить себя с пространством вашего мероприятия.

Непреложное требование ко входу: его должно быть легко найти. Указатели, свет, звук, аниматоры — все что угодно, чтобы не вызвать раздражение у ваших гостей. Если у них испортится настроение, изменить это будет очень сложно.

Знаете, кто очень часто встречает гостей на самых достойных мероприятиях? Правильно! Замечательные охранники в камуфляже. Люди, которые очень хорошо выполняют свою функцию по охране порядка, но совершенно не подготовлены для игры с гостем, для ответов на их вопросы.

До охранников гостей должны встречать ваши люди: актеры, аниматоры, представители организаторов. Лучшая декорация — это люди! Оденьте их в специальные костюмы, пропишите для них оригинальные роли, подготовьте исчерпывающий скрипт разговора (сценарий беседы, в котором учтены различные варианты вопросов гостя и даны ответы на них) — и у вас готова лучшая декорация для входа!

Или как минимум проинструктируйте охранников, чтобы они улыбались и говорили несколько заученных фраз.

Последний нюанс связан с тем, как выглядит ваш вход. Наблюдайте за ним в течение мероприятия. Есть соблазн осмотреть его в начале и полностью погрузиться в происходящее. Но гости будут прибывать еще долго и, кстати, уходить с мероприятия постепенно. Вероятность того, что какие-то из декораций упадут, промокнут или исчезнут, очень велика. И это именно то, что первым увидят ваши гости.

Просто время от времени проверяйте, чтобы убедиться, что вход выглядит по-прежнему идеально и заманчиво!

На одном из мероприятий мы обнаружили, что наша ковровая дорожка (красная, конечно) норовит улететь. Пришлось некоторое время постоять на двух ее концах, изображая непринужденный разговор, прежде чем пришли люди, которые закрепили ее повторно. Два человека, мило беседующих на улице в легких костюмах поздней осенью, выглядели, вероятно, немного странно, но все-таки менее странно, чем несущаяся вам навстречу ковровая дорожка.

## Welcome-зона

Как все знают, театр начинается с вешалки, а не со сцены. На мероприятии гости тоже не сразу попадают в гущу событий: очень часто на площадке есть welcome-зона. Это сразу и место, и процесс. Гости не приходят одновременно и в одном расположении духа. А здесь у них есть возможность успокоиться после дороги, настроиться на нужный лад в соответствии с настроением других гостей, немного выпить... и чуть-чуть заскучать, с любопытством поглядывая за закрытые двери. Они уже хотят на мероприятие! Welcome-зона дает организаторам возможность дожидаться большинства гостей, не открывая все карты.

В каком-то смысле welcome-зона — это барокамера между событием и реальностью. Гости должны попасть на основную часть вашей площадки уже подготовленными, разогретыми.

Что здесь делают участники? Смотрят, слушают, пробуют, трогают, нюхают. Развлекайте их, не забывайте вовлекать все пять чувств. Декорации и актеры, живая музыка, напитки, атрибуты или интерактивные элементы, цветы, дающие аромат свежести. Здесь же, в этой части, начинает

разворачиваться концепция. При этом гостям нужно дать ровно столько, сколько необходимо, чтобы еще больше подогреть их любопытство.

Welcome-зона — это ваша лаборатория! Наблюдайте за гостями, оценивайте их настроение, поведение и то, как они общаются друг с другом. Определите VIP-участников, которым нужно особое внимание. Возможно, вам удастся выделить «отрицательных персонажей» — людей, которые могут в перспективе создать вам сложности. Это гости, которые стараются привлекать к себе всеобщее внимание или всегда недовольны и находятся в поисках досадных недостатков и просчетов. Многого вы изменить уже не сможете, но еще успеете дать уточнения ведущему и дополнительные инструкции актерам.

Если есть возможность, не отделяйте здесь VIP от остальных участников. Это сильно повысит уровень удовлетворенности непривилегированных приглашенных.

Если у вас есть такая возможность, будьте среди гостей и станьте гостем. Ваша роль как руководителя проекта сейчас — только смотреть, улыбаться и общаться. Это праздник, который вы сделали для них и для себя. По крайней мере, об этом должен свидетельствовать ваш вид. Вы сделали все возможное и теперь можете расслабиться.

Скажете, что это нереально? Мы не согласимся. Это возможно и необходимо! Все оперативное управление должно лежать на техническом режиссере и его помощниках, ваша роль — радоваться, общаться и поправлять детали. Планируйте ваше мероприятие так, чтобы это стало реальным, и, может быть, впервые в жизни вы получите удовольствие от события, организованного вами.

Зачем это нужно? Во-первых, спокойное и позитивное настроение — лучший способ сохранить трезвое мышление на случай форс-мажорных обстоятельств и любых отклонений

от программы, требующих принятия решений. Во-вторых, вы почувствуете настроение гостей и сможете сделать для себя выводы, что из предложенного вами работает, а что было излишним.

Тщательно продумайте, что ваши гости будут делать... руками. Дайте им возможность трогать что-то. Если они ничего не делают, то могут заскучать. Постарайтесь разнообразить именно этот момент: любые манипуляции действуют на человека расслабляюще и позволяют ему активно включиться в мероприятие. Грань между вами, организаторами, и гостями должна медленно, но уверенно стираться. Мы сами, наше коллективное настроение — это и есть настоящее мероприятие, которое может стать для нас *событием*. Мероприятие становится событием, когда мы расслаблены, не чувствуем угрозы и позволяем себе испытывать эмоции.

Таким расслабляющим фактором могут стать различные интерактивные зоны, в которых гостям будет чем заняться: фотографироваться, играть в несложные игры, участвовать в лотерее, узнать будущее у «гадалки» или «мага», посмотреть на чудеса «волшебника», стать моделью для шаржиста. В результате у гостей в руках, как правило, остаются маленькие памятные подарки. Не забудьте продумать, куда они могут положить эти предметы на время мероприятия.

Гости не хотят принимать участие в играх? Не принуждайте к действию, а маните и интригуйте. Покажите пример сами. Сядьте перед шаржистом с довольным видом (помните, что у вас много свободного времени!) и позвольте ему нарисовать вас. А потом показывайте этот рисунок знакомым. Договоритесь с генеральным директором заказчика, чтобы пример показал он! Это, кстати, скорее всего, его позабавит. А хорошее расположение духа директора автоматически приведет к улучшению настроения во всем коллективе.

В некоторых случаях у вас нет специального помещения, где может быть организована welcome-зона. Например, есть только один зал, и люди попадают в него сразу из гардероба и небольшого узкого коридора, где они не могут находиться долго. Тем не менее ощущение барокамеры между реальностью и мероприятием все равно нужно создать. Если не в пространстве, то во времени. Нет ничего хуже, чем повисшая в зале тишина, когда гости собираются и мучительно ждут начала мероприятия. Люди подходят постепенно, они немного напряжены, взволнованы; вам нужно их расслабить, настроить на нужную волну. Обязательно включите фоновую музыку. Пусть перед мероприятием на экране или просто на стене транслируется видеоклип, забавный мультфильм или хотя бы слайд-шоу. Общительные люди найдут себе занятие сами: они разыщут знакомых или с кем-то познакомятся, будут разговаривать. А вот интровертам вы дадите точку внимания: они станут смотреть клип, мультфильм или слайд-шоу и не будут чувствовать себя растерянными. За несколько минут до начала все выключите. Должно создаться ощущение ожидания — сейчас начнется мероприятие!

Итак, что включает в себя welcome-часть: музыку, фуршет с легким алкоголем, ненавязчивые интерактивные элементы, работу актеров и аниматоров, первые проявления концепции вашего мероприятия. Любопытство и нетерпение гостей приближается к своему максимуму, после чего организаторы открывают самое главное.

## Основное помещение

Помещение, где проходит центральное событие вашего мероприятия, может быть совершенно любым. Давать общие рекомендации относительно его оформления и структуры —

бесплезная трата времени. Но есть несколько принципов, которых стоит придерживаться при планировании оформления и разработке плана помещения.

Ниже перечислено, на что нужно обратить внимание.

**Фуршетные столы.** Подумайте над тем, чтобы разнообразить оформление ваших фуршетных столов. Фантазируйте вместе с кейтеринговой компанией.

На одном из мероприятий организаторы заказали цветочную композицию для фуршетных столов разным дизайнерам. Таким образом, каждый стол оказался не похож на другой. А еще они привнесли историю в такую привычную часть мероприятия, как фуршет.

**Угол зрения.** Посмотрите, что видит человек с разных мест. Сядьте на все стулья! Угол зрения очень важен. Часто гость ничего не видит, и тогда нужно ставить большие экраны рядом со сценой, развесить плазменные панели по стенам.

Еще раз пройдите по площадке: не тем путем, которым ходят организаторы, а дорогой гостя. Если где-то есть возможность присесть, сядьте и посмотрите, что человек будет видеть с этой точки, когда начнется мероприятие. И отметьте про себя все, что вы можете сделать, чтобы улучшить картинку или чтобы снова напомнить гостю про концепцию, еще раз включить его в вашу игру.

Посмотрите фильм «Общество мертвых поэтов». Главный герой, которого играет Робин Уильямс, запрыгивает на стол в классе и просит то же самое сделать своих учеников. Те удивляются, но выполняют просьбу. Когда весь класс оказывается на партах, он обращает их внимание на то, что с этой точки весь класс выглядит совершенно по-другому, хотя речь идет всего-то об одном метре.



**Пространство.** Как говорят детективы в голливудских фильмах, у места преступления есть несколько измерений. Так же и в пространстве вашего мероприятия есть не только стены, но и потолок, и пол. Убедитесь, что все это соответствует уровню мероприятия, и задекорируйте недостатки.

Пол — идеальный и незаслуженно забытый носитель информации. На одном из мероприятий, которое проводилось в кинотеатре, перед нами стояла задача поместить логотип нашего Клиента, который выступал спонсором фильма. Стены этого кинотеатра были украшены разнообразными постерами партнеров и спонсоров. Конкурировать с ними бессмысленно. Тогда мы обратили внимание на пол, который оказался совершенно пуст. Мы расклеили специальные наклейки по ходу движения гостей, и в итоге наш Клиент был самым заметным среди других компаний, представленных в кинотеатре.

**Освещение.** Убедитесь, что ваши декорации выигрышно смотрятся при профессиональном освещении. Как? Спросите осветителей! Очень часто они будут либо сильно засвечены, либо, наоборот, окажутся в темном пятне, и тогда необходимо предусмотреть специальную подсветку. Кстати, любое помещение выглядит иначе после того, как в нем установят профессиональное освещение. Стоит учитывать этот фактор.

**Декорации.** Помещение, как бы вы его ни декорировали, остается в большинстве случаев главным доминирующим элементом визуального восприятия. При планировании декораций отталкивайтесь от особенностей помещения, подумайте, как оно может помочь вам и какая структура площадки может стать идеальной.

Если придумать любопытную концепцию, а потом встраивать ее в площадку, то в итоге вам придется отказываться

от некоторых элементов. Выход прост: придумывая концепцию, держать в голове пару площадок, на которых она может быть реализована полностью.

**Инфографика.** Вам потребуется система указателей, схем и визуального обозначения функционала помещений. И дело не только в том, что робким людям трудно задать вопрос: «Где находится туалет?» Проблема еще и в том, что, отдыхая, попадая в виртуальный мир, мы ждем, что он будет понятным, мы не хотим тратить время на выяснения и поиски правильного направления.

Отсутствие указателей и схемы площадки — едва ли не самый часто встречающийся недостаток мероприятий наряду с отсутствующей или невнятной схемой проезда. В то же время это ключевой фактор комфортного времяпрепровождения.

Участники должны максимально быстро сориентироваться в помещении. Обязательно сделайте указатели, нарисуйте большие яркие схемы. Используйте для этого не только специальные стойки, но и потолок, стены, пол и даже людей.

**Сцена.** Сцены на ваших мероприятиях могут быть различной формы, об этом мы еще поговорим, а сейчас несколько общих рекомендаций.

Экспериментируйте и заставляйте ваших подрядчиков делать самое лучшее, на что они способны. Только это может удивить искушенных гостей. Смотрите иностранные концерты и потом просите декораторов сделать «как у Джорджа Майкла».

Технические узлы сцены декорируйте полностью. Закупите заранее ткани неброских цветов (серый или черный). Или попросите это сделать тех, кто монтирует вам сцену. Колонки, кабели, фермы — все это нужно постараться скрыть. Почему это важно? Когда люди видят, «как это сделано», у них пропадает ощущение сказки.

Сцена должна быть видна всем. Если помещение вытянутое и она стоит в узкой части, то последние ряды мало что увидят. Если в узком помещении сцена расположена у длинной стороны, то мало что увидят боковые ряды. Поставьте экраны и организуйте трансляцию в разные точки помещения.

Помните, что сцена может быть в любой точке пространства мероприятия. Она там, где актеры, ваш руководитель, ведущий. Делайте событие менее предсказуемым и более интерактивным.

**Живые элементы декорирования.** Люди — уникальные рекламные носители вашей концепции. Наденьте на технический персонал повязки, форму, костюмы героев, нанесите макияж или какой-то опознавательный знак. И заставьте улыбаться!

Установите для себя «правило пяти секунд». Выделите визуально организаторов из общей массы. Через пять секунд поиска того, кому можно задать вопрос, гость раздражается. «Здесь вообще есть организаторы?!» — возмущается он. Предотвратите этот недобрый вопрос.

Создайте персонажей внутри концепции и сделайте так, чтоб их вид максимально соответствовал ролям. Используйте начинающих актеров и вместе со сценаристом подготовьте для них интересные образы. Это легко считывается и хорошо включает гостя в игру. Хорошо, если актеры при этом будут стильными и сексуальными.

Привлекайте в качестве промоперсонала не только девушек, но и молодых людей с яркой внешностью, и женская половина ваших гостей будет вам благодарна.

Идеально, если вам удалось включить VIP в вашу концепцию: топ-менеджеров, признанных и узнаваемых авторитетов в своей области, приглашенных звезд. Оденьте их в соответствии со сценарием, пропишите специальные реплики или убедите принять участие в номере-сюрпризе.



[Почитать описание, рецензии  
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

