

cuatronoventa
comunicación-consultoría-formación-fotografía

CEEI
VALENCIA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

Cómo organizar un EVENTO de Éxito

#jornadaceei
@ceeivalencia

Carolina San Miguel Mas
@carolinasmm
carolina@cuatronoventa.com
www.cuatronoventa.com

¿Qué es un Evento?



Un suceso de importancia que se encuentra Programado

- En el ámbito empresarial un evento sirve a la empresa para presentar, relanzar o potenciar un determinado producto/servicio o una determinada marca, o para poder dar a sus clientes la oportunidad de un acercamiento directo a su empresa, lo que facilita en todo caso los objetivos de fidelización frente a la competencia del mercado actual.
- De esta forma, un evento proporciona contacto directo con el cliente, favorece las relaciones empresa/cliente, así como la adaptación de un producto de forma directa sobre su mercado, lo que repercutirá en el éxito del mismo.

CLASIFICACIÓN DE LOS EVENTOS

De acuerdo con la naturaleza del Evento:

- Culturales
- Sociales
- Comerciales
- Deportivos
- Educativos
- Tecnológicos
- Políticos
- Científicos
- Recreativos



De acuerdo con el grado de exclusividad:

- Públicos
- Privados

De acuerdo con el alcance y magnitud del Evento:

- Mundial
- Internacional
- Nacional
- Regional
- Local



Etapas de un Evento

Etapas Evento	Etapas Proceso Administrativo
Pre-Evento	Planificación Organización
Evento	Dirección
Post-Evento	Evaluación

Pre-Evento

Definir el Evento en sí

¿Qué queremos conseguir?

¿Cuál será el nombre?

¿A qué público nos dirigimos?



El nombre del Evento debe de ser:

- Corto, fácil de decirlo y llamativo
- Adecuado y acorde al objetivo que se desea conseguir con el Evento

Es posible que sea conveniente determinar la ubicación, en el contexto local, global, autonómico, por ejemplo: 2ª Congreso Autonómico de Politólogos



2º Congreso Interamericano de
Cambio Climático

Ciudad de México
14, 15 y 16 de marzo de 2016

10ª Feria
COMERCIO, TURISMO Y EMPLEO

BUÑOL
8, 9 Y 10 DE MAYO 2015

10 MOTIVOS PARA NO PERDERSE LA FERIA

1. *Conocer nuestros comercios y servicios*
2. *Actividades, talleres y demostraciones*
3. *Gastronomía local*

50

ENCUENTRO
NACIONAL DE
PREVENCIÓN DE
RIESGOS LABORALES

Laboral Ciudad de
la Cultura - Gijón
25#26 Septiembre
2014

Nombrar Comité Organizador

- **Coordinador general.** Es el responsable general del desarrollo del Evento. Supervisa el trabajo de las Comisiones y es el enlace de ésta con la Autoridad responsable del evento.
- **Comisiones de trabajo.** Son equipos de personas que se encargan y responsabilizan de las diferentes fases o temáticas del Evento.

Pueden haber diferentes comisiones, por ejemplo:

Comisión de Logística

- Transporte
- Alojamiento
- Alimentación
- Secretaría
- Servicios Generales



Comisión o Secretaría técnica

➤ Depende del tipo de Evento, pero en él encontraríamos:

- Temáticas a tratar en un Congreso
- Ponentes
- Presentadores, Speakers
- Lugar de celebración
- Coordinación de horarios, presentaciones, lugares...



Comisión de Promoción, Relaciones Públicas y Protocolo

- Se encarga de atender las distintas actividades que abarcan la promoción, comunicación y difusión del Evento.
- Se encarga de las relaciones con las distintas instituciones u organizaciones que derivan de la realización del Evento.
- Todo lo relacionado con el protocolo y asistencia a los participantes en el Evento.



Comisión de festejos y recreación

Se encarga de planificar y coordinar:

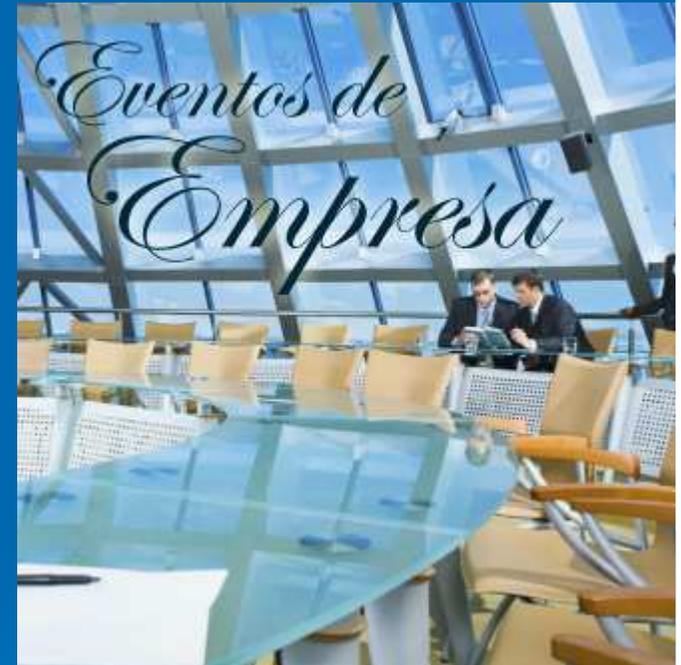
- Los cafés, coctails, comidas...
- Tours, excursiones y actividades complementarias a la celebración del Evento.
- Organización de actividades paralelas, como visitas culturales, actuaciones...



Seleccionar la Fecha

Debemos tener en cuenta:

- El tiempo necesario para la celebración, si hay tiempo suficiente para organizarlo todo y a tiempo.
- Evitar que coincida con una actividad similar o que vaya destinada al mismo tipo de público.
- Horario y frecuencia del transporte
- Si es mejor organizarlo para entre semana, finales o fin de semana.



Determinar el Número y Tipo de asistentes al Evento

Expositores o Ponentes

Son los encargados de realizar las disertaciones, presentaciones y ponencias durante el Evento

Delegados

Asisten al Evento en representación de una empresa, organización o institución

Participantes

Personas que asisten al Evento en calidad de público

Invitados especiales

Personas que por su prestigio, reconocimiento científico, social o político, le confiere notoriedad al Evento

Acompañantes

No están normalmente relacionados con el Evento, acompañan a ponentes, delegados o invitados especiales

Seleccionar el lugar o lugares de celebración

- Ciudad. Sede
- Instalaciones específicas donde se va a realizar el Evento
 - Capacidad
 - Comodidad
 - Accesos
 - Equipos
 - Iluminación



Elaborar Cronograma de Actividades

➤ Duración y Objetivos de los Programas:

- Técnico, Científico, Académico
- Social
- Para acompañantes
- De visitas técnicas
- Turísticas



Estimación de Recursos

HUMANOS

- Personal profesional, especializado y trabajador que se requiere para la realización del Evento.

MATERIALES

- Por ejemplo, lápices, folios, carpetas, sillas, mesas y las instalaciones a utilizar.

TÉCNICOS

- Equipos de sonido, grabación, traducción simultánea, apoyo audiovisual, comunicaciones, reproducción, también formatos, conexiones, programas, cronogramas...

Elaborar Presupuesto y Fuentes de Financiamiento



LO PRIMERO A TENER EN CUENTA



Presupuesto de un evento

¿Qué tipo de Evento es?

- Evento empresarial
- Evento deportivo
- Evento lúdico
- Evento solidario



Segundo a tener en cuenta



Evento empresarial

- Imagen corporativa
- A quien va dirigido
- Dónde
- Cuando
- Objetivo



Dos posibilidades:

- Que adaptemos el presupuesto al Evento (debemos ser realistas en el análisis de la recuperación de los costos)
- Que adaptemos el Evento al presupuesto (cantidad de dinero concreta, con la que se cuenta para contratar a los proveedores)



Hay que tener en cuenta: **LOS INGRESOS**



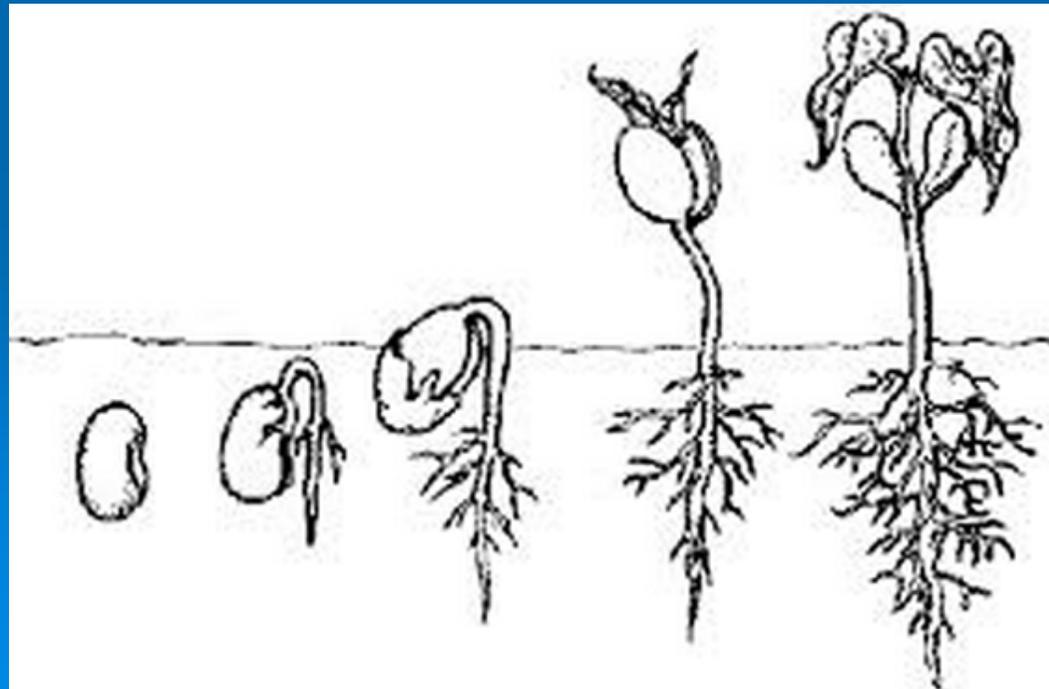
El presupuesto ha de ser:

- **Real**. Es importante estar al tanto de los resultados obtenidos, si existen, en ediciones anteriores del evento que estamos realizando. Esto nos va a ayudar a elaborar nuestro presupuesto
- **Flexible**. Porque mientras vamos planificando y ejecutando, nos vamos a encontrar con muchas contingencias y por esos motivos vamos a tener que ir adaptando el presupuesto a lo que vaya surgiendo.



Tres etapas:

- Desde el inicio de la planificación del evento
- Hasta que cerramos los contratos con los proveedores
- Cuando conocemos con un poco más de exactitud la cantidad de asistentes (de acuerdo a las pre-inscripciones)



Ítems

- Diseño
- Material
- Catering
- Ponentes
- Sala
- Publicidad, marketing
- Conexión a Internet
- Gastos bancarios
- Gastos protocolarios
- ...



Diseño del Evento

➤ Logo



Bloggers y
Emprendedores



MARKEYTING
UP!

LAS CLAVES DEL ÉXITO
EN LOS NUEVOS MERCADOS

Material:

- Bolígrafos, lápices
- Libretas, carpetas
- Cuestionarios
- Lonas
- Plotters
- Vinilos
- Decoración como lámparas, plantas, velas, etc



Catering

- desayunos
- almuerzos
- comida de pie, de mesa, ...
- copa



Ponentes



Sala

- Sala del evento
- Sala del catering
- Espacios
- Precios



Publicidad, marketing

- prensa escrita
- radio
- televisión
- medios online
- redes sociales
- muppi
- vallas
- folletos



Otros

Recomendable.... Una partida económica para imprevistos.



Selección y capacitación del personal

- Azafatas
- Técnicos
- Speakers
- Producción
- ...



Adquisición o contratación de materiales, equipos y servicios



EVENTO



- Recepción de los participantes y traslado alojamiento
 - Registro de los participantes
 - Realización del Acto de Inauguración
 - Realización Cóctel de Bienvenida
 - Implantación del Programa General de actividades
 - Clausura del Evento
 - Realización Evento social de despedida
 - Traslado de los participantes a las terminales de transporte
- 

¿Qué hace que un Evento sea memorable?





POST EVENTO



Recopilación y Archivo de la información pertinente del Evento

- Conclusiones
- Elaboración de la Memoria
- Información de tipo académica y administrativa

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Fecha :

Esperamos que su estancia en nuestro centro haya sido satisfactoria. Para poder mejorar la atención que prestamos nos gustaría que contestase a las siguientes cuestiones respecto a su estancia en el hospital

Por favor, marque con un CÍRCULO lo que proceda: **1: lo peor 10: lo mejor**

¿Conoce el nombre del médico que le atiende?	SI	NO								
¿Conoce el nombre de la enfermera que le ha cuidado?	SI	NO								
¿Qué valor le da a conocer el nombre del médico?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Qué valor le da a conocer el nombre de la enfermera?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Cómo valora que se le informe de los cuidados que va a recibir?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Tenía dolor en el pecho cuando acudió al hospital?	SI	NO								
¿Qué mejoría de su dolor notó en los 2 primeros días?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Qué valor le concede al alivio del dolor?	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Sentía dificultad respiratoria o fatiga al acudir al hospital?	SI	NO								
¿Qué mejoría de su fatiga notó en los 2 primeros	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Evaluación

OPINIÓN

- Participantes
- Expositores o Ponentes
- Comité Organizador

EVALUACIÓN

- Comparar cualitativa y cuantitativamente entre lo programado, lo ejecutado y lo alcanzado



Agradecimientos

- Colaboradores
- Asistentes
- Patrocinadores
- Medios de comunicación



Cumplimiento de compromisos

- Cancelación de obligaciones con proveedores
- Pago recursos humanos contratados para trabajar durante el Evento
- Devolución de cualquier material o equipo que se haya solicitado en préstamo



TIPOS DE EVENTOS



1. Atendiendo a su carácter

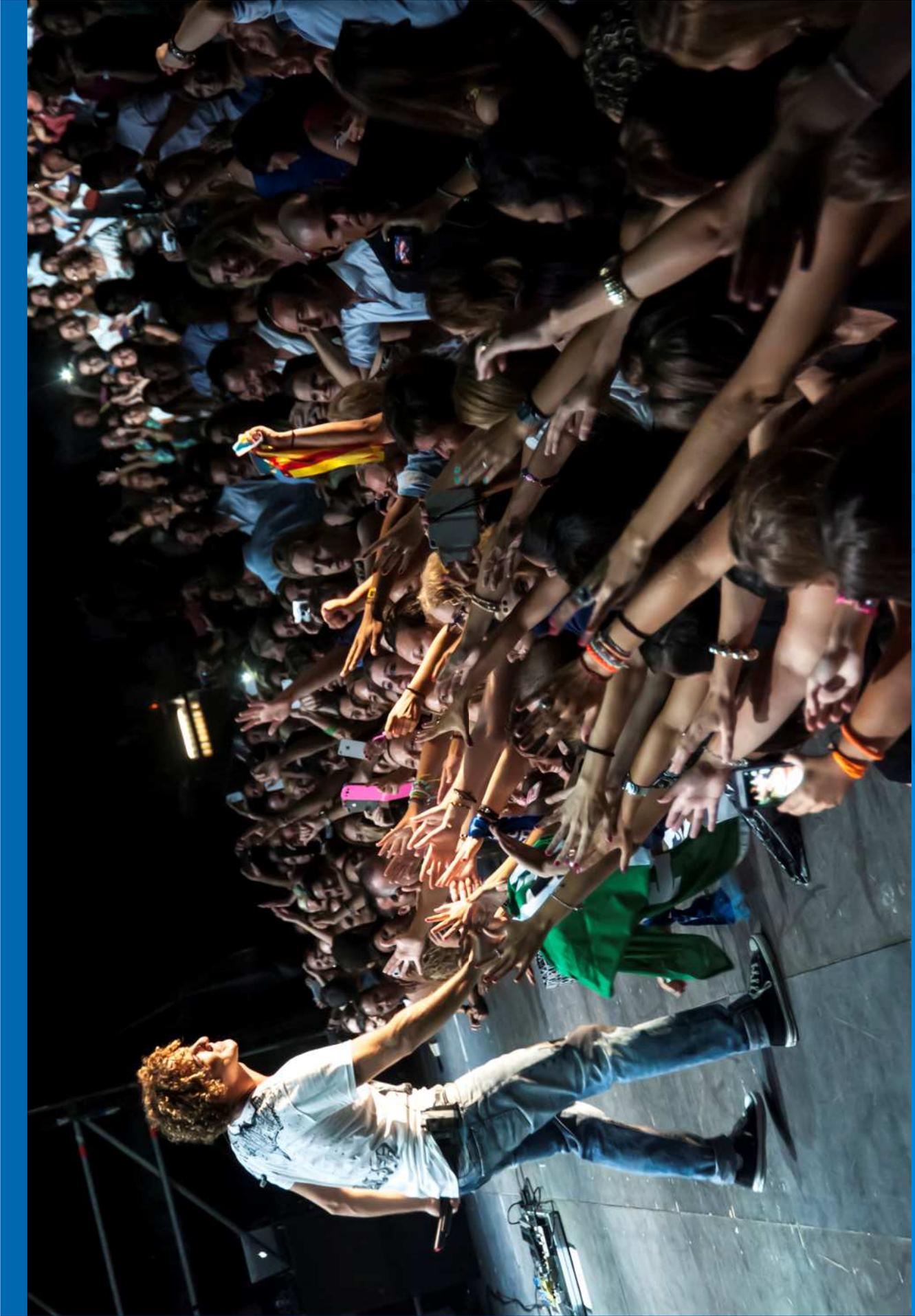
¿Qué quiere decir?



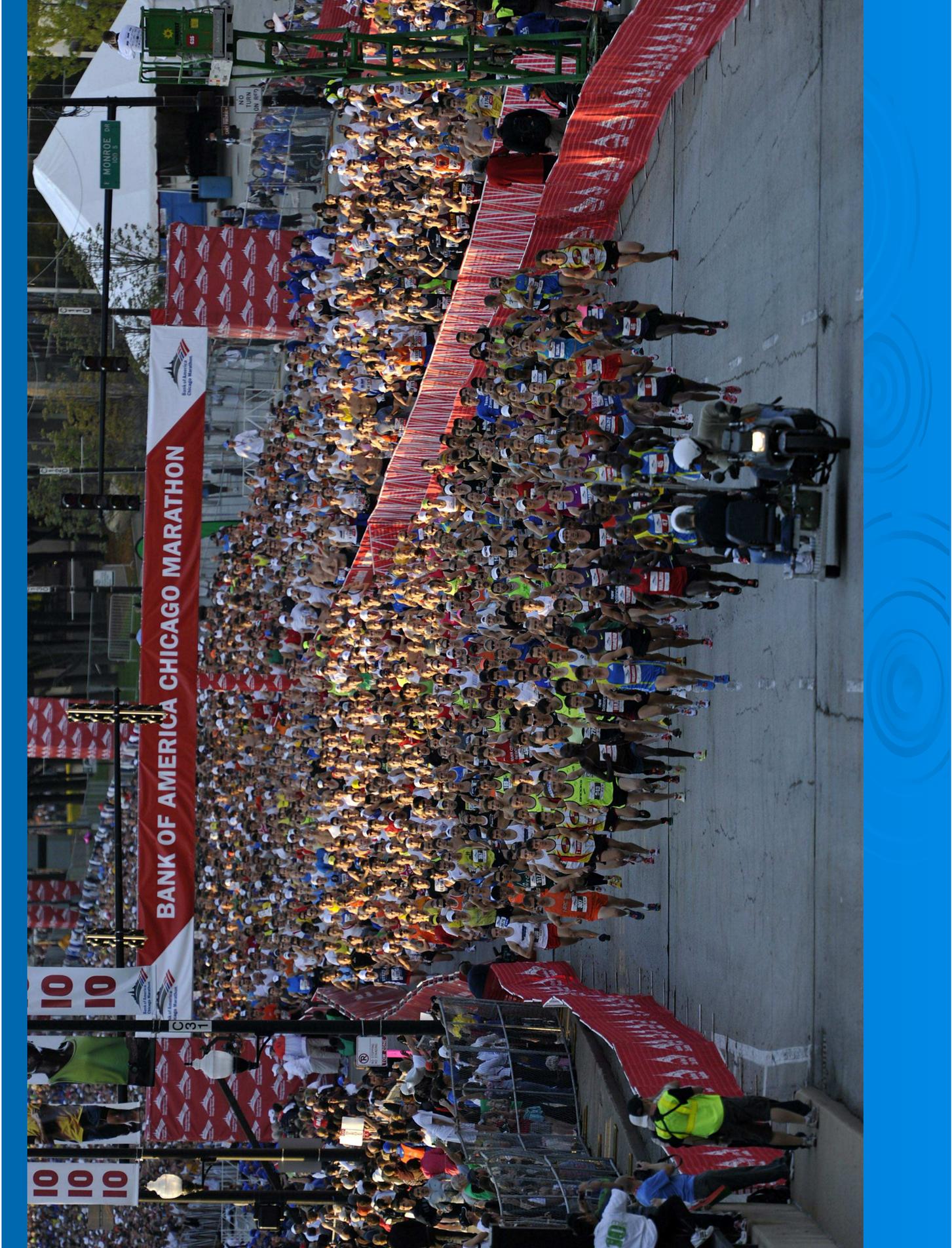
PÚBLICO







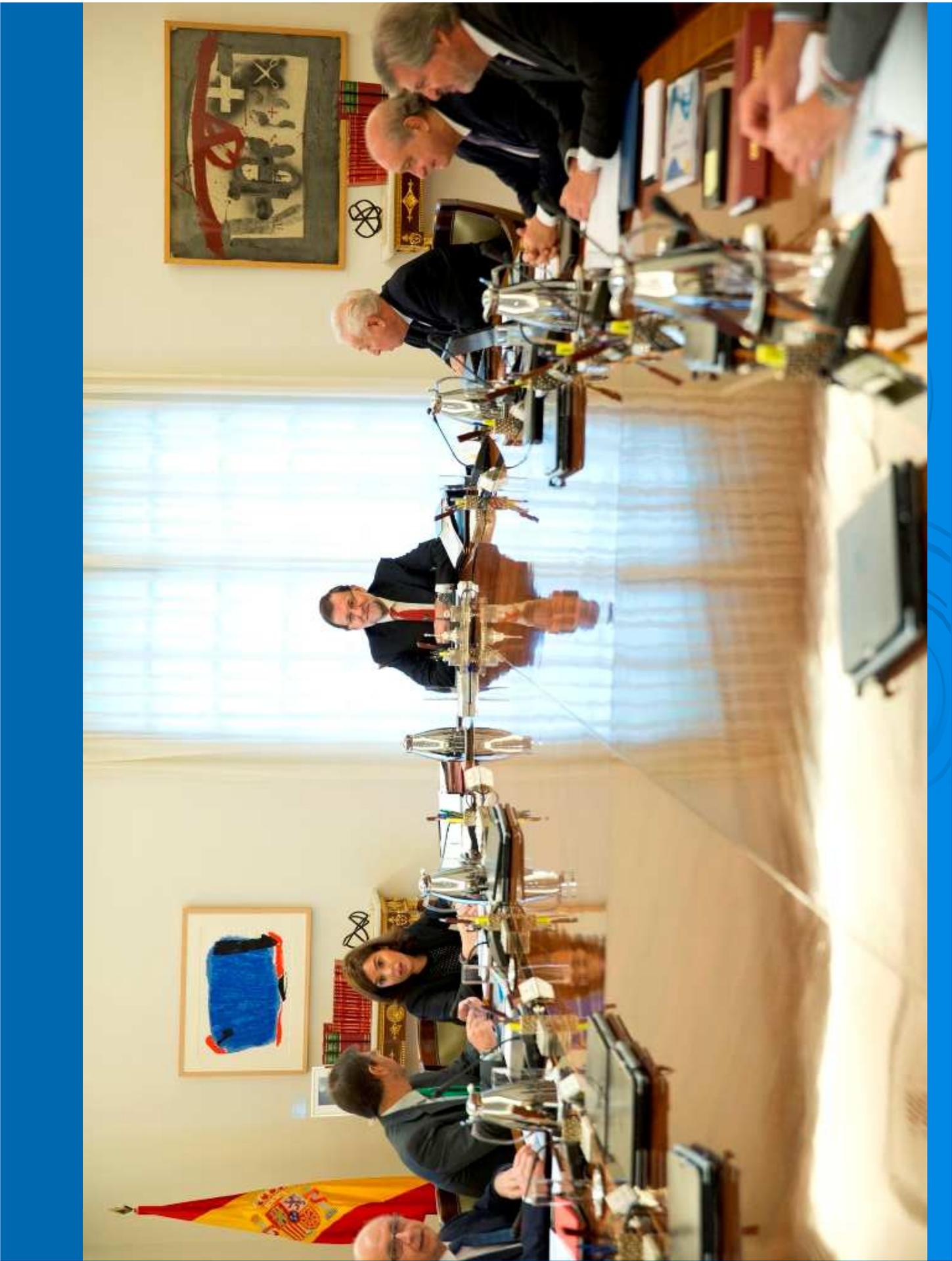


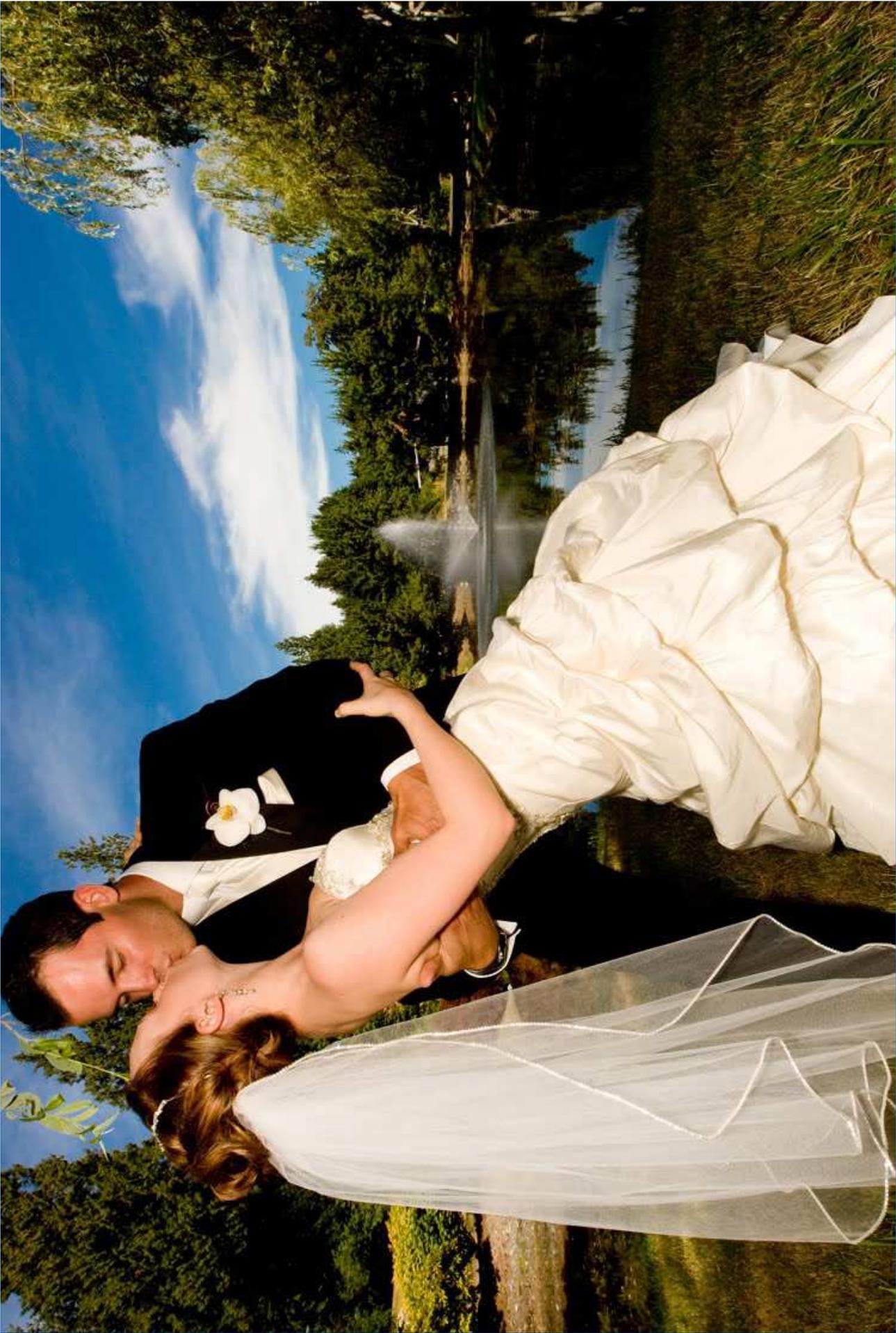


PRIVADO









2. Según el espacio



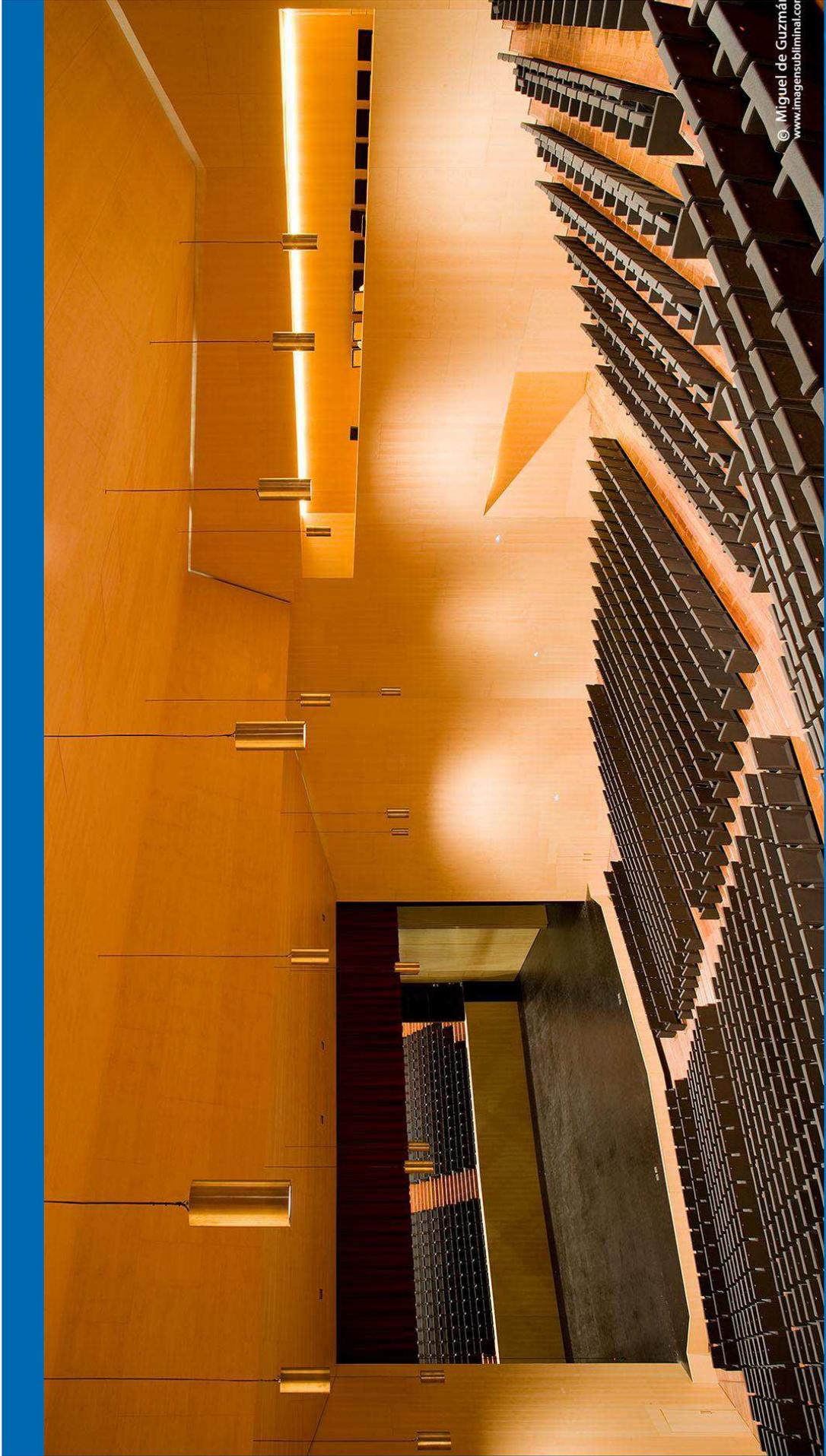
CERRADO











© Miguel de Guzmán
www.imagensubliminal.com

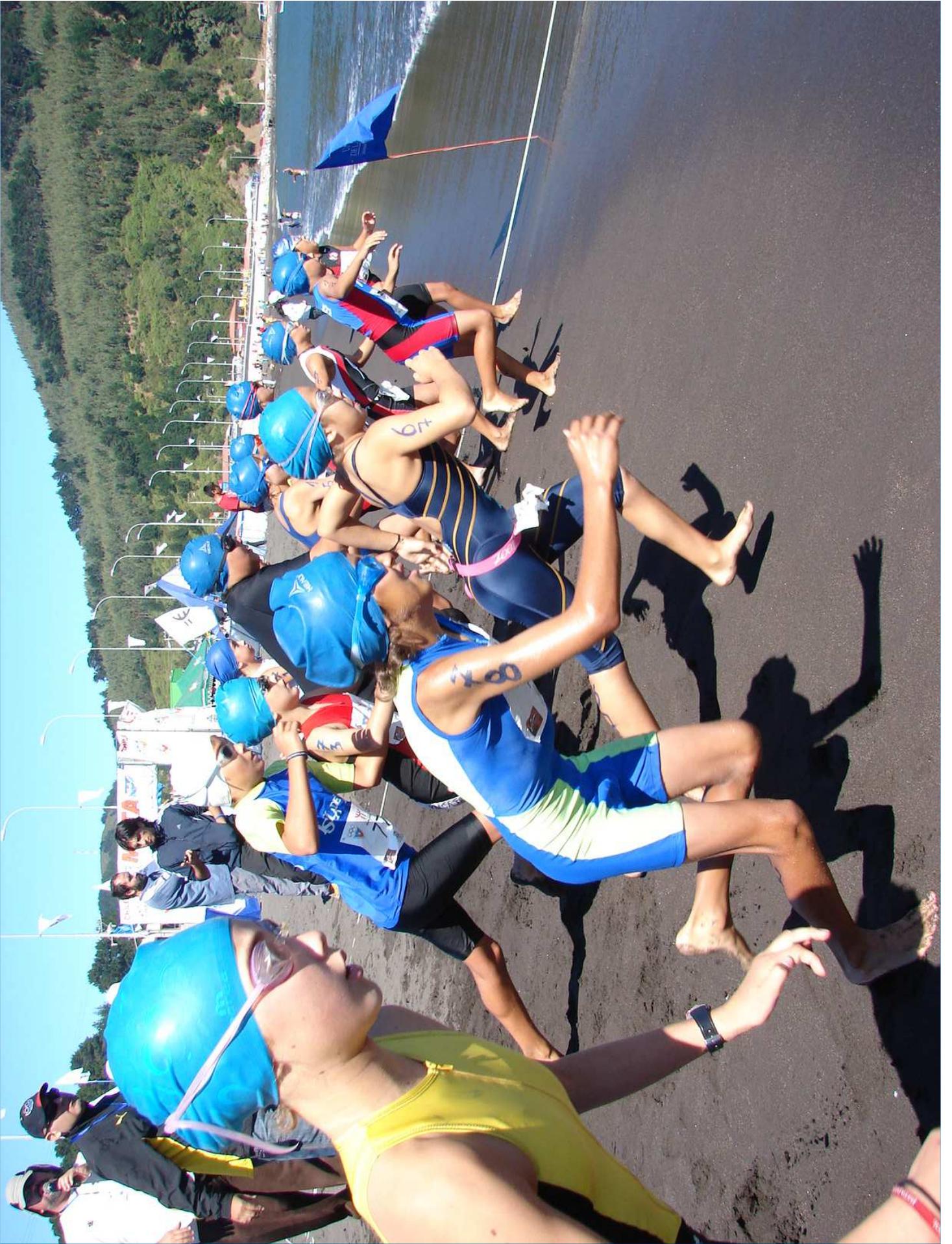


ABIERTO













3. En función de sus clases



RELIGIOSOS









SOCIALES













FESTEJOS POPULARES



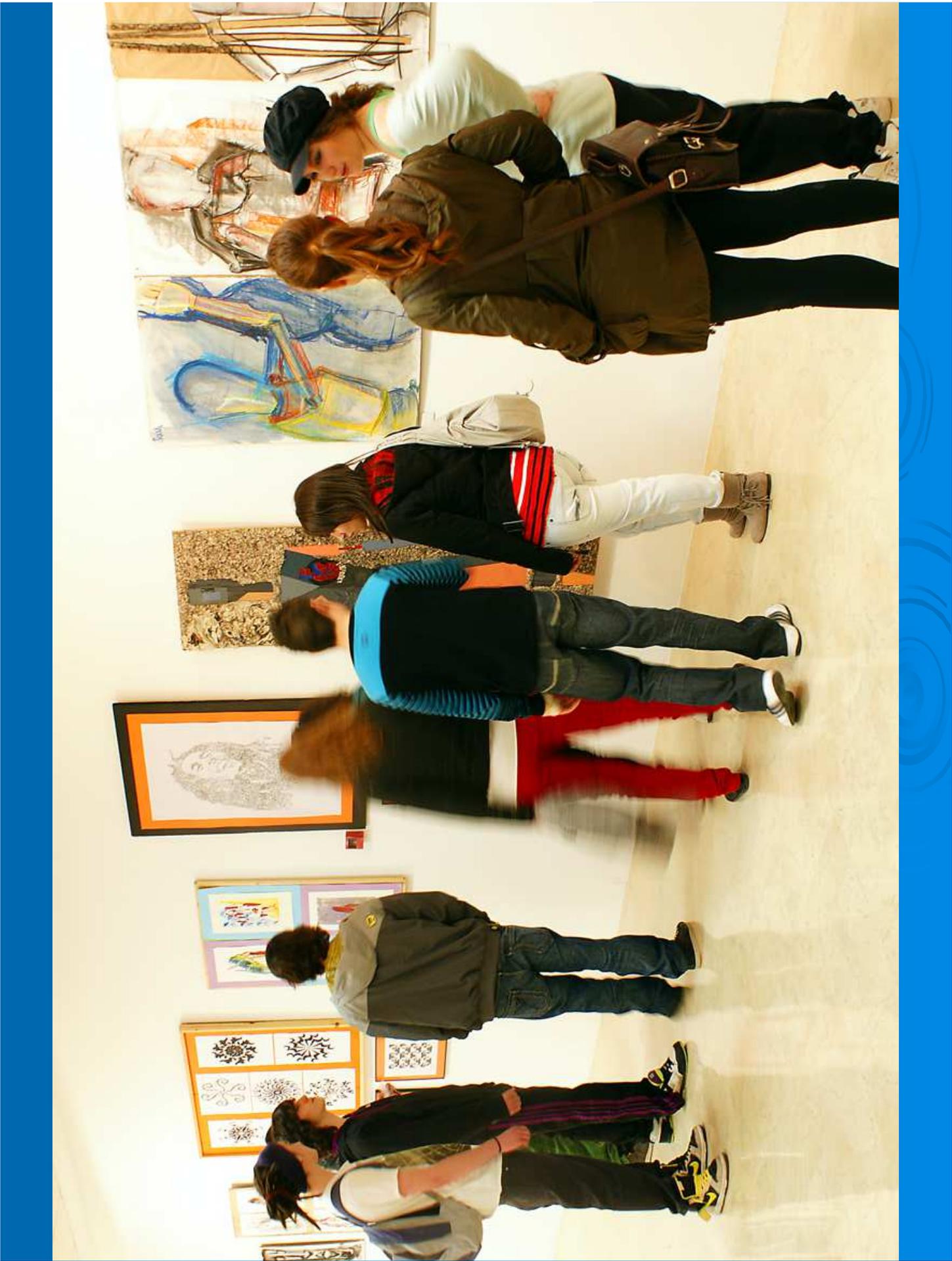






CULTURALES





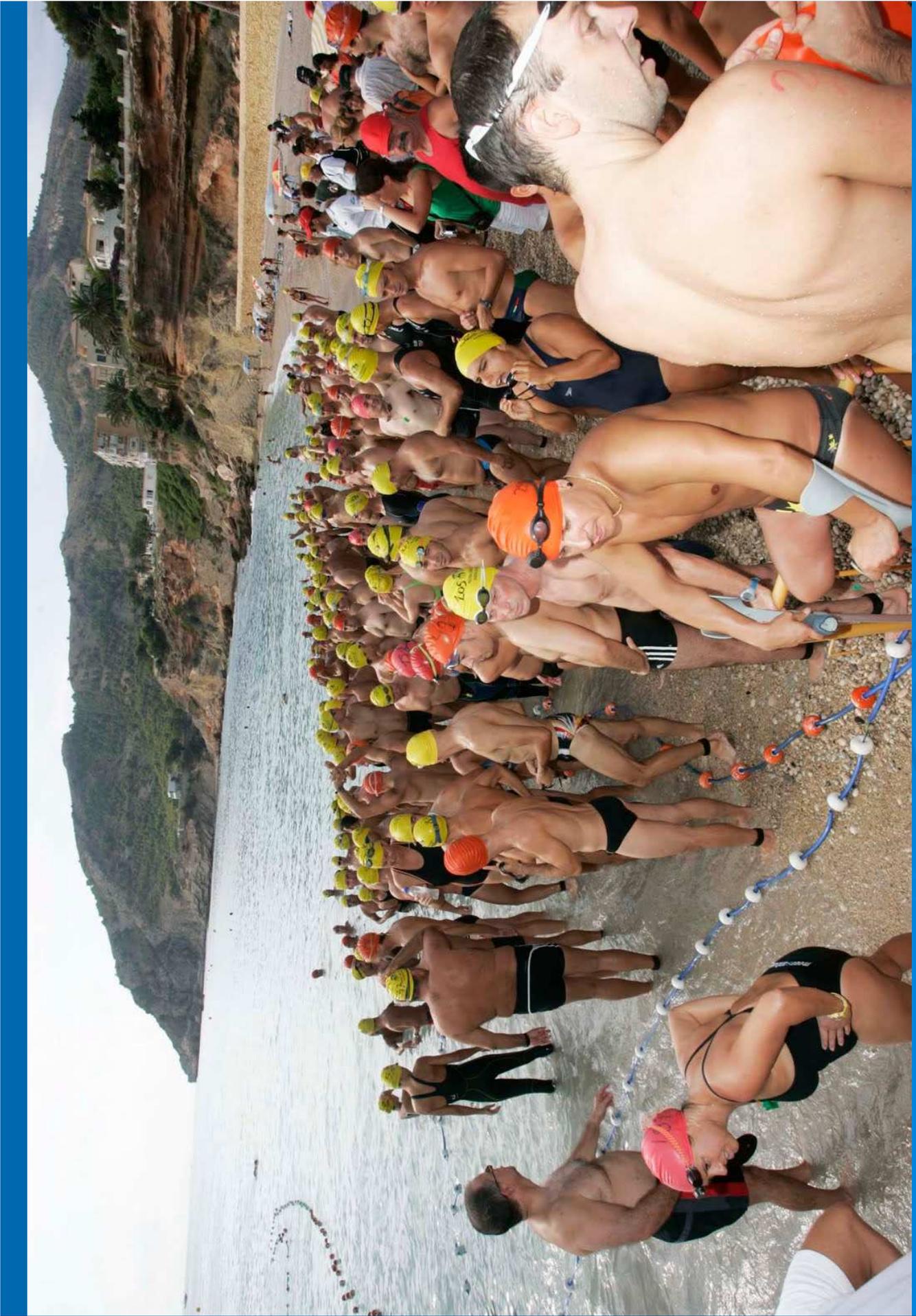




DEPORTIVOS







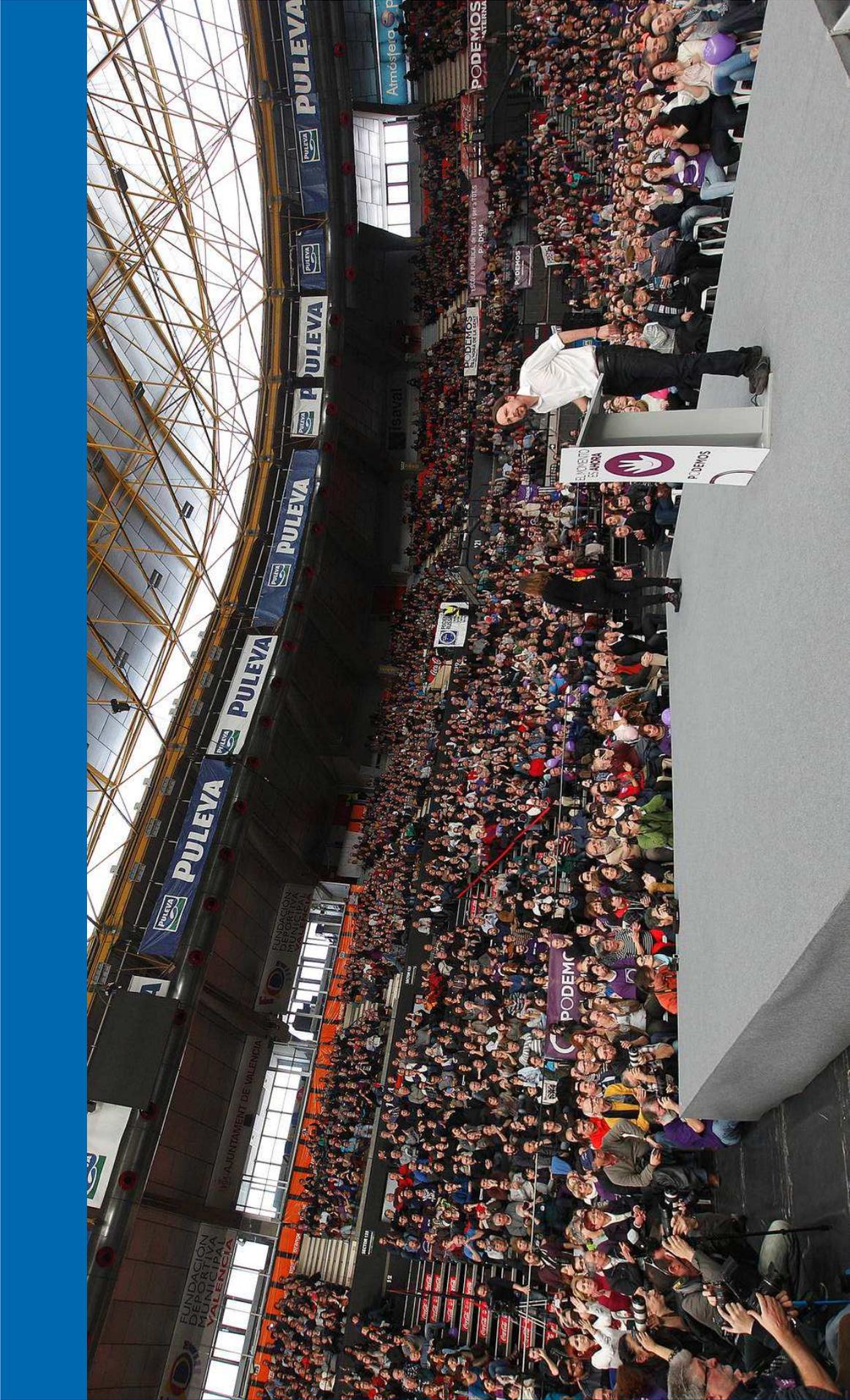


POLÍTICOS



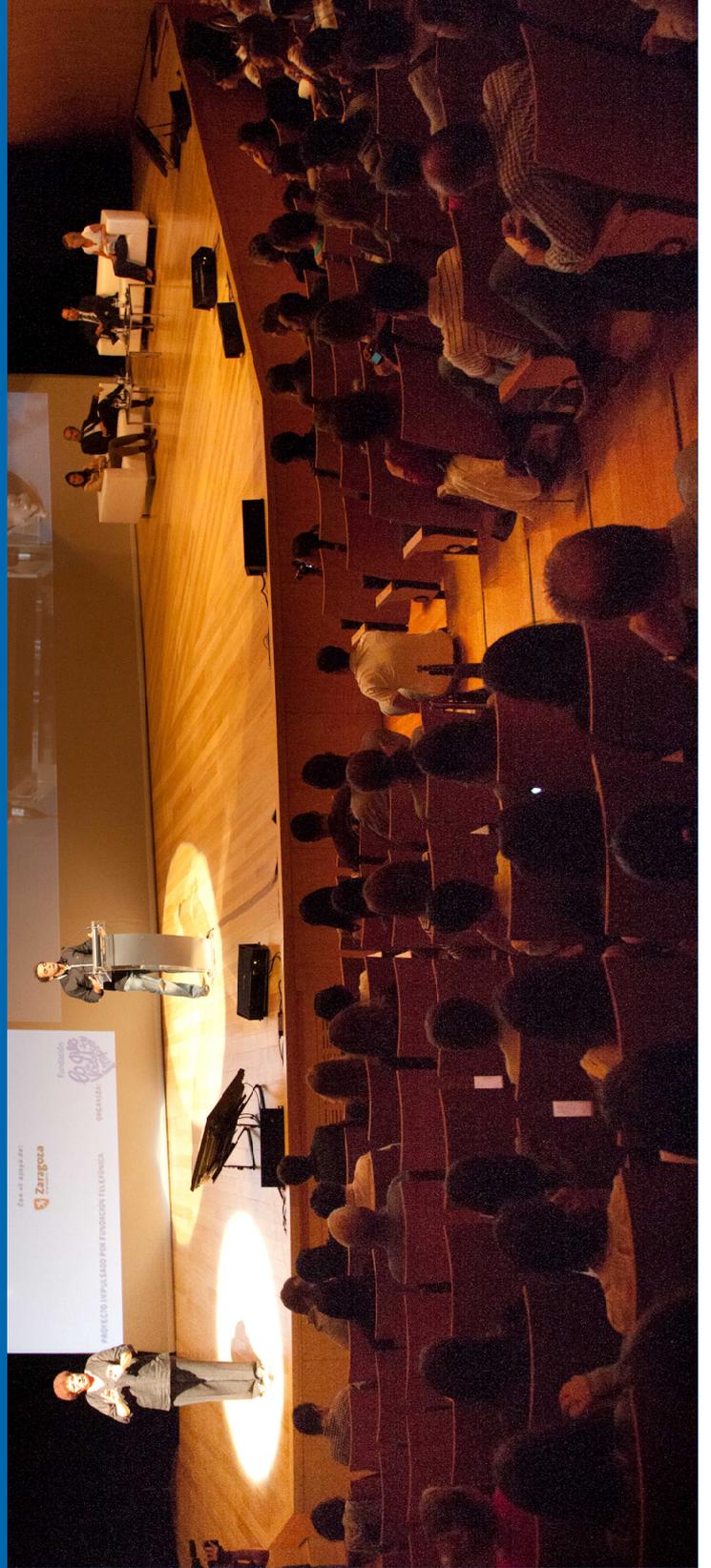






EMPRESARIALES













OTRA CLASIFICACIÓN



Actos de carácter general

- Organizados por la Corona, el Gobierno, la Administración, las Comunidades Autónomas, las Administraciones locales, etc.



Actos de carácter especial

- Organizados por determinadas instituciones, organismos o autoridades con ocasión de acontecimientos propios de su ámbito.



Actos no oficiales

- Organizados por Corporaciones, fundaciones, empresas, asociaciones, etc.



Actos privados

- Son de carácter familiar o doméstico



Cuestiones básicas: ¿Por qué se celebra el EVENTO?



- **Un acto obedece a algo.** Puede ser la celebración de un hecho nuevo, la consecución de un logro, la conmemoración de algo, el deseo de amistad, un reencuentro, una boda, unas elecciones, la comercialización de un nuevo producto, mejorar la imagen y la reputación de un producto, servicio o empresa, prestigiar la marca u organización, etc.



- **Los objetivos.** ¿Qué pretende el anfitrión organizando el acto con aquel motivo? Dar a conocer un servicio nuevo, un producto, o una actuación de gobierno, un acercamiento, captación de votos, vender, comprar, etc.
- **Establecer los objetivos del evento es Básico.**



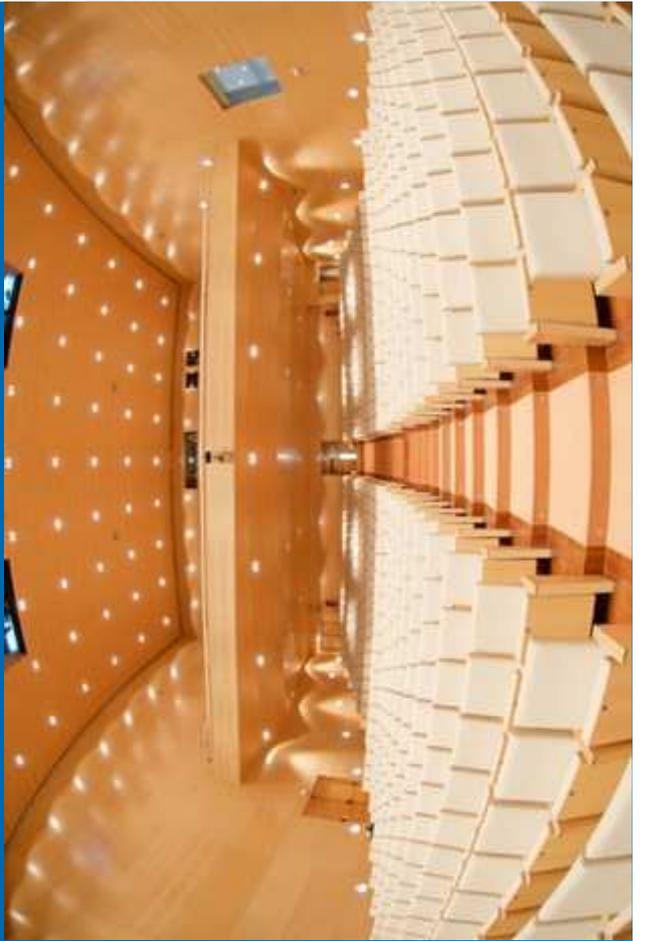
- **Proyección.** ¿A quienes nos queremos dirigir? A cualquiera, a todos, a sectores determinados, empresarios, vecinos, jóvenes, mayores, etc. A una zona concreta, más amplia, etc.

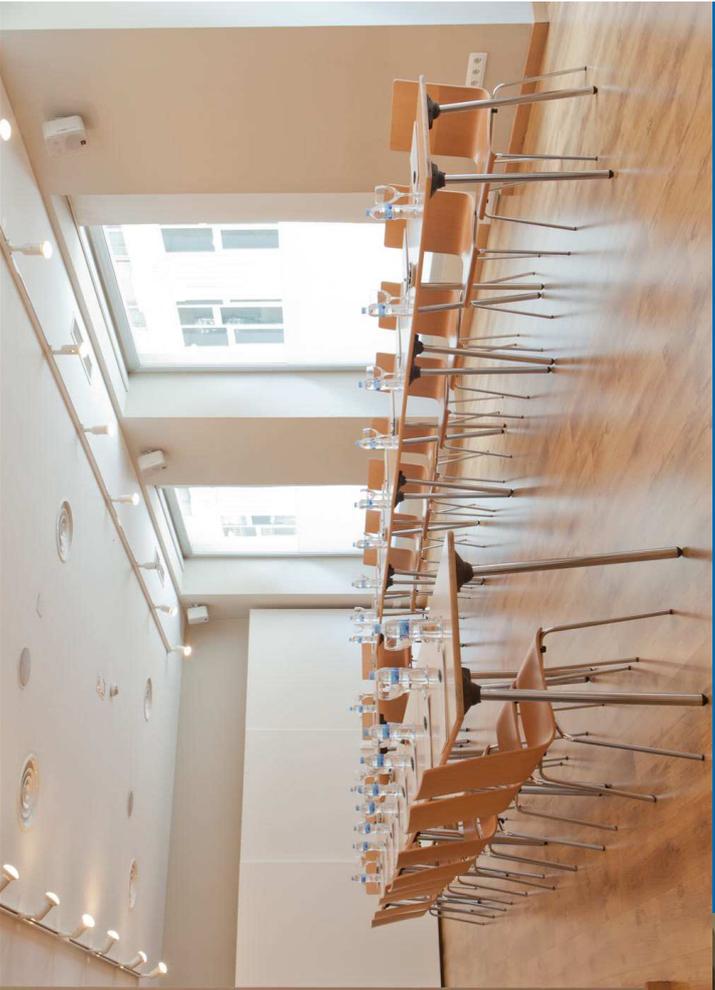


Lugar del Evento

- Adecuarse al concepto elegido. Ser emblemático.
- Permitir una perfecta habilitación de la zona para que sea posible cubrir todas y cada una de las necesidades de los invitados.
- Tiene que ofrecer visibilidad al anfitrión y permitirle desenvolverse con soltura







Elegir el espacio es clave, un lugar atractivo, cómo llegamos a éste. (Transporte público, parking) que nuestros invitados reciban una sensación de comodidad y un buen trato personalizado.

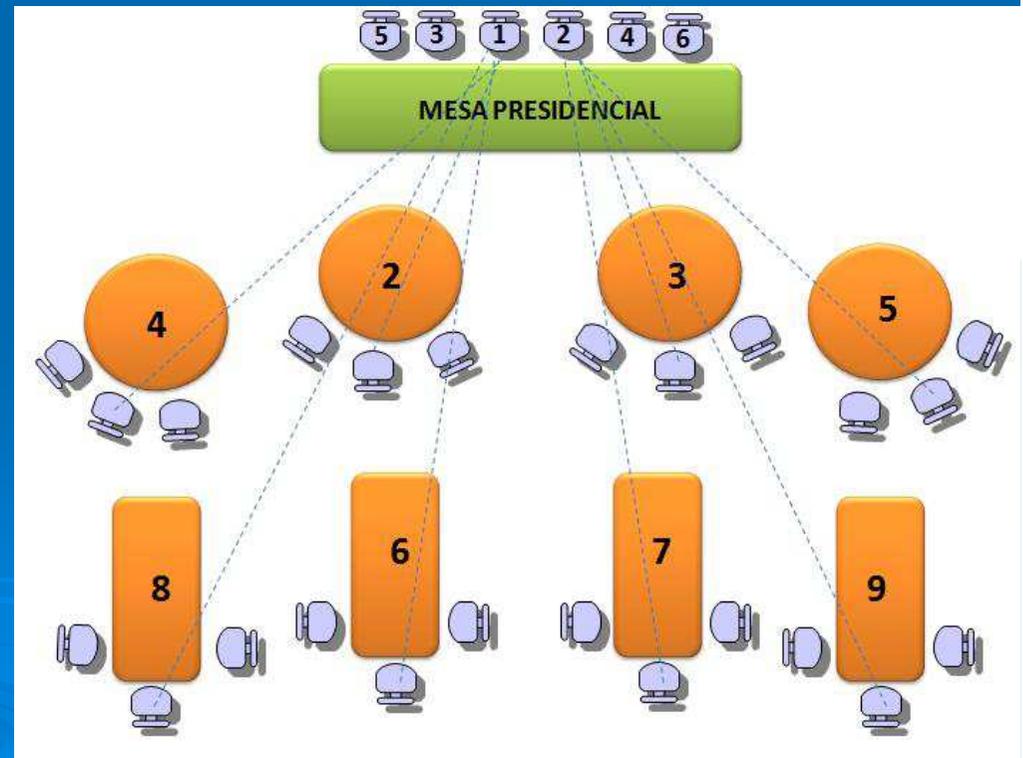
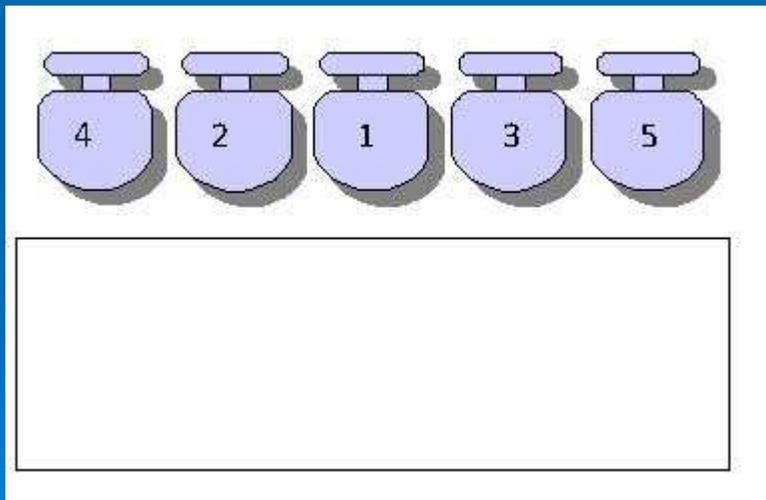
- **El espacio condiciona el estilo del evento.**
- **Hotel, Auditorio, Playa, Terraza, Piscina, Salón, Montaña, Ático, Barco..**

Presidencia, Invitados, Anfitrión



PRESIDENCIA

- Es el mayor honor en un Acto. Éste indica quién ha de dirigir ese acto a lo largo de su desarrollo. Las presidencias son unipersonales y suelen ser impares.



1. INVITADOS

- Son seleccionados según la naturaleza del acto y la imagen que se quiera comunicar al público. Deben ocupar la máxima atención del Anfitrión.





Los invitados se pueden clasificar:

- Principales
- Sociales
- Autoridades
- Periodistas
- Internos
- Personales, etc
- Anfitrión



2. DISEÑO Y PRODUCCIÓN

- Elaborar una composición para ilustrar cada jornada.
- Deberá incluir el título del Evento, fecha y lugar.
- Logos de organizadores, patrocinios, etc



RE vive

Feria de la vivienda y la financiación
2016

8 9 Y 10 DE ABRIL
REAL CASINO ANTIGUO
CASTELLÓN

ENTRADA LIBRE

Viernes de 17 a 21 h
Sábado y domingo
de 11 a 14 h y de 17 a 21 h

#REilusiónate
CON UN VERANO DE HORIZONTE AZUL
Y ARENA BAJO TUS PIES

Iniciativa: **RESPIRA**
Patrocina: **ruralnostra**
Colabora: **API**, **CTAC COLLEGI TERRITORIAL D'ARQUITECTES DE CASTELLÓ**, **Cámara Castellón**



El arte de la Guerra

Jornada de Liderazgo y Emprendimiento

11 de febrero de 2015
De 9:00 a 13:30 h
Espai de la Música · BENICÀSSIM

JORNADA GRATUITA · AFORO LIMITADO

IGNACIO VILLOCH INTELIGENCIA	LOURDES PÉREZ HONRADEZ	OFELIA SANTIAGO HUMANIDAD	PASCUAL BENET CORAJE	XAVI OLIVA DISCIPLINA
----------------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------------

#lamejorvictoria

Más información en
eventos@benicassimemprende.org

IDEA Y ORGANIZACIÓN: **RESPIRA**
INICIATIVA: **Benicàssim EMPRENDEDURISMO**

3. ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN

- Listado de invitados. Casi nunca se cierra, hasta última hora siempre queda alguien por invitar.
- Tarjetones o cartas de invitación, puede ser mail.
- Confirmación de asistentes. Apuntando a parte a los especiales o VIPs. **(Si van a Presidencia, 1ª fila, mesa en concreto, regalo, recibimiento especial...)**
- Asignación de asientos, si todos los asientos están protocolizados o los que estén. Elaboración de tarjetas indicadoras de los asientos.





- Si la instalación es muy grande o compleja, se recomienda colocar carteles indicadores realizados conforme a la imagen corporativa de la empresa, institución u organización.
- Estructuración, diseño, montaje y vestimenta del escenario.
- Montaje adecuado de comedores y selección correcta de mesas y sillas, menú, bebidas, camareros, tipo de servicios, etc. O para el catering, desayunos o similares.
- Megafonía y mesa de sonido para los medios de comunicación que precisen sonido

- Espacios reservados para los representantes de los medios de comunicación, especialmente fotógrafos y cámaras.
- Mesa de Presidencia y atriles. Sillas adecuadas a la situación.
- Zona interna de apoyo a la organización, donde las azafatas puedan dejar vasos, botellas y materiales.



- Accesos a la instalación y sistemas de control de invitaciones.
- Zona reservada al aparcamiento de vehículos oficiales, VIPs y generales, con sus correspondientes credenciales.
- Regalos, atenciones y otros como: diplomas, bandas, medallas, títulos,...



- Pancarta central de reclamo en el escenario y medios audiovisuales si fueran necesarios.
- Personalidades que harán uso de la palabra y orden de intervenciones.
- Elaboración del orden del día para quien dirija la sesión, ya sea quien la presida, el anfitrión o el conductor del acto.
- Banderas, ubicación y protocolo.
- Protocolo de acceso.
- Protocolo de salida.

Colocación de banderas
con la bandera de la U.E.





- Entrega de programas editados o memorias.
- Entrega de cascos de traducción simultánea si fuera necesaria.
- Equipo de personas que se encargarán de la atención personalizada de los invitados, tanto VIPs como resto.
- Documentos que sean necesarios para manejar en un acto (Libro de honor, texto de Convenio, ...)



- Protección con vallas de los accesos a la instalación en aquellos actos donde se prevea numerosa asistencia de público en el exterior.
- Servicios de guardarropa.
- Servicios de información y atención al público cuando sea necesario.

LAS INVITACIONES

- Personalizadas para los invitados VIP.
- Información de dónde se ubica (esquema de la ruta si es complicada)
- Logo de la empresa o institución
- Nombre y apellidos del invitado
- Quién invita (anfitrión)
- Fecha, lugar y **HORA** del Evento
- Etiqueta
- S.R.C (Se ruega confirmar y teléfono y persona contacto)
- Mínimo 15 días antes

Nuevos Formatos de Eventos



Elevator Speech





Pecha Kucha

{creativity*conversation}

PechaKuchaNight

{20*20}

IMAGES SECONDS

<http://pechakucha.architempo.net/>

Exposición móvil. Ikea en Tren



En Castellón

cataminarios de autor

a new experience
vilafamés



www.cataminariosdeautor.com

El placer por las conferencias, seminarios y
cursos vivenciales de
ALTO RENDIMIENTO en

- Comunicación eficiente y asertividad
- Optimalismo y bienestar integral
- Coaching ejecutivo y PNL
- Dirección y motivación de equipos
- Cohesión de equipos
- Técnicas de negociación y ventas

Junto con el placer por las catas de vinos de autor
MAGNANIMVS
del exponente máximo actual de la tradición vinícola
de Vilafamés: Gabriel Mayo, gerente de
"Viñedos y bodegas Mayo García"

**Sábado 15
de Febrero
de 11:00 a 15:00 h.**
**CLAUSTRO CENTRAL
MUSEU DE BELLES
ARTS DE CASTELLÓ**
Avda. Hermanos Bou, 28

*El
Sombrero
de Color*



MORNING SHOW !!

- ENTRADA AL MUSEU Y VISITA A LAS EXPOSICIONES
- CONCIERTO DEL GRUPO "EL SOMBRERO DE COLOR"
- 1ª CONSUMICIÓN GRATIS (refresco, cerveza o agua)
- DEGUSTACIÓN DE ARROCES

(Arroz señoret, fideua de ojos tiernos) chipirones, arroz de sepia tierna con alcachofas)

- TALLERES INFANTILES
- MERCADILLO

TICKETS* / 10€ Adultos / 3€ Niños

VENTA ANTICIPADA

www.eventosrobertoregal.com
www.ticketea.com
www.facebook.com/musicandfoodemotion
Piza, Cardona Vives 1-A (Matebox) · Castellon



* VENTA EN TAQUILLA ADULTO TAQUILLA 12 €
NIÑO TAQUILLA 5 €

Los niños menores de 4 años deberán acceder al recinto acompañados por un adulto de forma gratuita sin consumición
info@eventosrobertoregal.com



#musicandfoodart



ORGANIZA



COLABORAN



26,27 y 28
de JULIO

Benicàssim
Villa del Mar
Paseo Marítimo
Pilar Coloma 24

de 11 h. a 01 h,
ininterrumpidamente

*Moda, Bisutería, Decoración, Piezas Vintage, Mobiliario Industrial,
... Disfruta de un Pic-Nic rico escuchando a nuestros DJ
favortos en un ambiente muy Lovely*



gmsell.
&MAGAZINE
Benicàssim
GRUP ZONA
(80) SERVICIO
MAYORISTA



So
Lovely
POP-UP STORE
MARKET
Summer



www.solvelypopup.com / info@solvelypopup.com



ADVERTISING / 632.856.871 / andadvertising@inditrad.com

BEACHEMPRENDE



BeachEmprende

Emprender, Metas

Errores, Resiliencia

Jueves 30 de junio 19h en Botavara Benicassim

La asistencia es totalmente gratuita previa inscripción
enviando mail con tu nombre completo a
beachemprende@cuatronoventa.com

Ponentes:

Ofelia Santiago
Psicóloga y Coach
Internacional.

Carolina San Miguel
Consultora en marca
personal.

Organiza



Colabora



cuatronoventa
comunicación-consultoría-formación-fotografía

Cata de vinos

➤ <https://www.youtube.com/watch?v=SSKbAayS1uc#action=share>



Fiestas de niños





BODAS

<http://bit.ly/1Y3DIM4>















Bautizos civiles



Sensaciones y detalles

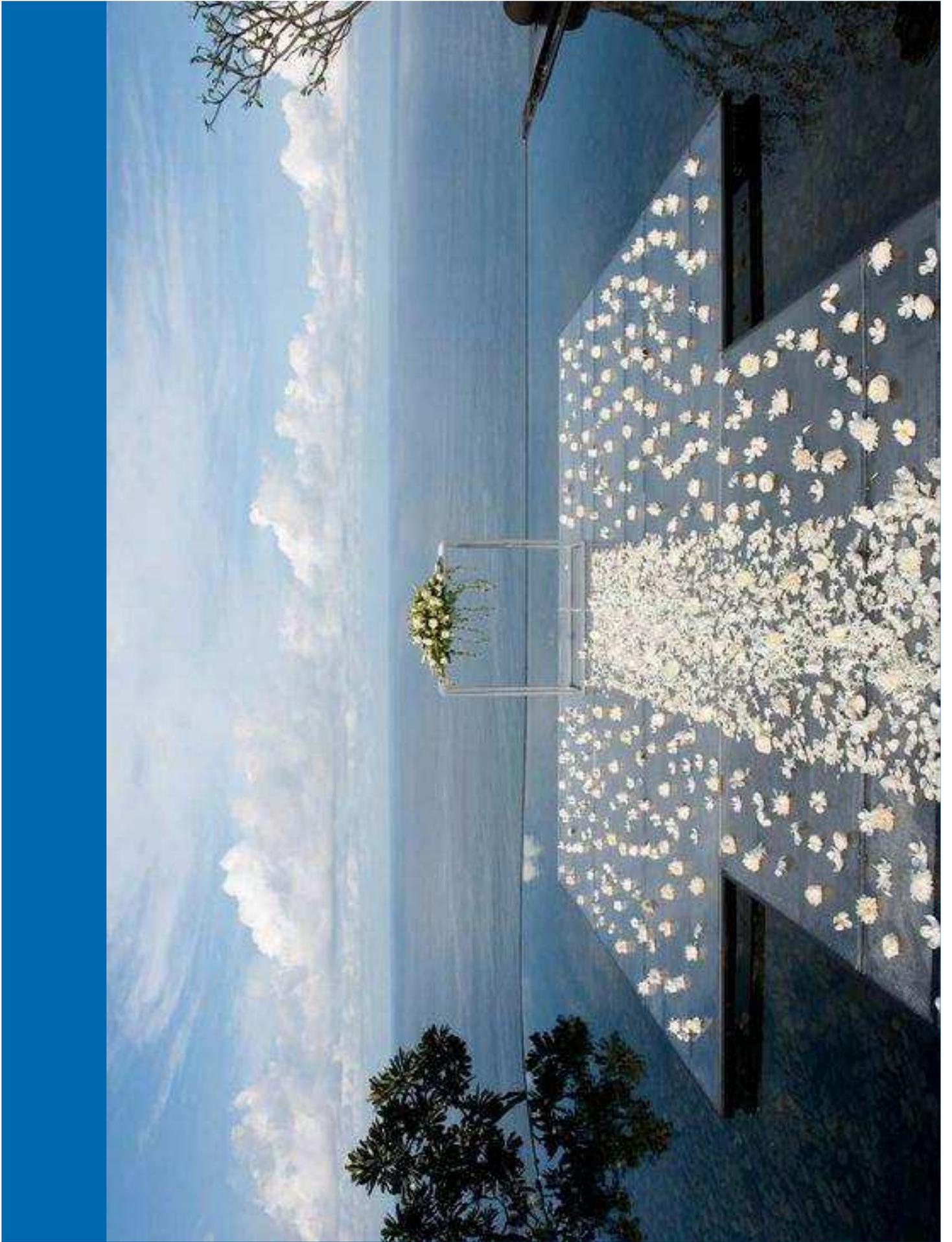














Comunicación en los Eventos



Definir las acciones de Comunicación necesarias

- Selección de Canales
- Medios de comunicación
- Herramientas
- Diseño de Imagen
- Medios online
- Definir las acciones de Comunicación necesarias
- Diseño de contenidos
- Plan de publicidad
- Señalética
- Gabinete de prensa (Gestión de crisis)

Plan de comunicación de eventos

- Canales: ¿Dónde se informa nuestro público?
 - Internet y/o Medios de comunicación de masas
 - Directos: email marketing, presencial, correo postal, Blogs, foros, whatsapp
- Mass media: especializados/generalistas, contenidos, planificación
- Herramientas: marketing, RRPP, notas, informes, Blogmarketing
- Diseño de imagen: Manual de imagen corporativa

- Diseño de contenidos: Videos, audios, manual de bienvenida, boletines, foros, e-mail, circulares, pases...
- Plan de publicidad: estática, dinámica, mass media, off/on, presupuesto, mensajes, slogans, marca...
- Gabinete de prensa: Organización, dirección, responsabilización, reacción, tramitación, gestión de incidencias...



Medios habituales

- Radio
- Prensa escrita (publicidad, faldones, ½ página, reportajes)
- Rueda de prensa
- Televisión
- Muppis
- Carteles
- Vallas
- Folletos
- Banners
- Inserciones





Web específica del evento donde recojas la información más relevante: lugar, día, programa, invitados especiales, presentador, etc.

Es tu escaparate al mundo online así que no lo descuides en el diseño y los detalles que ofrezcas.



- **Blog del evento.** Lo más recomendable es que esté alojado en la misma web del evento, aunque le puedes dar también un dominio propio.
- En la web recoges los datos prácticos y relevantes del evento, pero **en el blog puedes darle alma al evento avanzando los temas que tratarás el gran día con posts relacionados**, publicando entrevistas de los ponentes o incluso puedes hacer un blog temático que trate sobre la materia o el concepto que desarrollarás en el evento



➤ Inscripciones y/o venta online de entradas

Aprovecha que tienes al usuario en tu web, interesado por tu evento para moverle a la acción y que se inscriba como asistente. En la actualidad es muy sencillo vincular una de las páginas de tu web con alguna de las plataformas de registro para eventos o webs de taquilla virtual.



- **Abre perfiles de tu evento en las redes sociales donde esté tu público.**
- Facebook y Twitter no pueden faltar, pero tendrás que considerar si es un evento profesional, muy sectorial u orientado al B2B abrir una página de empresa en LinkedIn y comunicar tu evento ahí también.
- Incentivar que otros también lo difundan



- Redes sociales como Youtube, Instagram, Flickr o Pinterest para compartir contenidos más impactantes como fotografías o videos, tanto tuyos o como de los futuros asistentes al evento.
- Estos perfiles sociales serán la base del engagement no solo pre-evento sino durante la celebración del mismo

Twitter

- Para conocer la repercusión, impacto y respuesta en los medios sociales.
- Interesante hashtag oficial del Evento

#beachemprende

#lamejorvictoria

#jornadaceei



➤ **Date de alta en plataformas de promoción de eventos y en agendas de eventos online.**

Facilitarás que público interesado en la materia sobre la que tratará tu evento localice tu convocatoria. Cualquier herramienta es buena para ampliar horizontes y dar a conocer tu evento

➤ Congressus <http://www.congressus.es/plataforma-online-gestion-congresos/>

➤ Teknotag <http://teknotag.com/index.php/web-para-eventos>



- **No dejes a nadie de tu base de datos sin que reciba emailings periódicos sobre la convocatoria, el comienzo de la venta de entradas o inscripciones, recordatorios y toda la información más relevante y de última hora que quieras hacer llegar**

Street Marketing

- <http://www.eventoplus.com/caso/2371/street-marketing-por-una-buena-causa/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=DxSdPsaBiyc>
- <https://www.youtube.com/watch?v=RieFpURZ-rw>
- <https://www.youtube.com/watch?v=-cvv1oC-ZaM>
- <https://www.youtube.com/watch?v=1Pk07lQS3gs>

PROTOCOLLO



¿Qué es el Protocolo?

- Conjunto de reglas de cortesía que se siguen en las relaciones sociales y que han sido establecidas por costumbre.
- Conjunto de reglas de formalidad que rigen los actos y ceremonias diplomáticos y oficiales.
- Conjunto de reglas precisas que rigen el ceremonial.
- Real Decreto 2099/1983, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Ordenamiento General de Precedencias en el Estado.



En un mercado en el que los productos y las estrategias se pueden copiar, la diferencia radica en LA FORMA DE HACER LAS COSAS



PROTOCOLO



el saber hacer y el saber estar estilo único de hacer las cosas y de relacionarse

El manual de Protocolo en la Empresa

- Optimiza beneficios
 - Valor intangible
 - Estrategia de comunicación
 - Eventos=mensajes
 - Guía
 - Refuerza imagen de la empresa
- 

Manual de Protocolo

- Es un elemento fundamental de la comunicación interna y externa, en el que se unifican todos los aspectos que conforman las actuaciones protocolarias que organice la empresa y en todas las actuaciones públicas de la misma.
- Se regirá por una serie de criterios básicos adaptados a las características generales de la empresa, basados en su dimensión, su misión, sus valores, composición de personal, sector de actividad y de otras muchas cuestiones, que conformarán la personalidad y el estilo que se quiere dar a la organización.



- El manual interno de protocolo es una herramienta dinámica, que precisa actualización constante. Se moverá al compás de la política general de comunicación que implemente la organización.
- Debe estar **TAN VIVO COMO LA EMPRESA**



La recopilación de una serie de normas adecuadas a la entidad, que regulen la manera de organizar los actos por parte de la misma, teniendo en cuenta la política global de comunicación de la empresa.

SIN POLITICA PROTOCOLARIA COMUN que se aplique en todo el ámbito de la empresa, cada acto o actuación un evento se organizará según criterios individuales, no irá en sintonía con la filosofía de la empresa y no mostrará imagen clara y global de la empresa.



Beneficios del Protocolo en la Imagen empresarial



La imagen de las empresa se ha convertido en algo tan global como el contexto en el que operan y en el que son observadas.

“Te reciben como te presentas, te despiden como te comportas”

El protocolo no es un lujo, sino una necesidad, por lo que sería conveniente, que todas las empresas, independientemente de su tamaño destinasen una buena parte de sus recursos en cuidar su imagen, aunque sólo sea porque, aún sin pretenderlo, las empresas siempre comunican.

El protocolo empresarial es una elemento dinamizador que ayuda a maximizar el potencial comercial de la empresa.

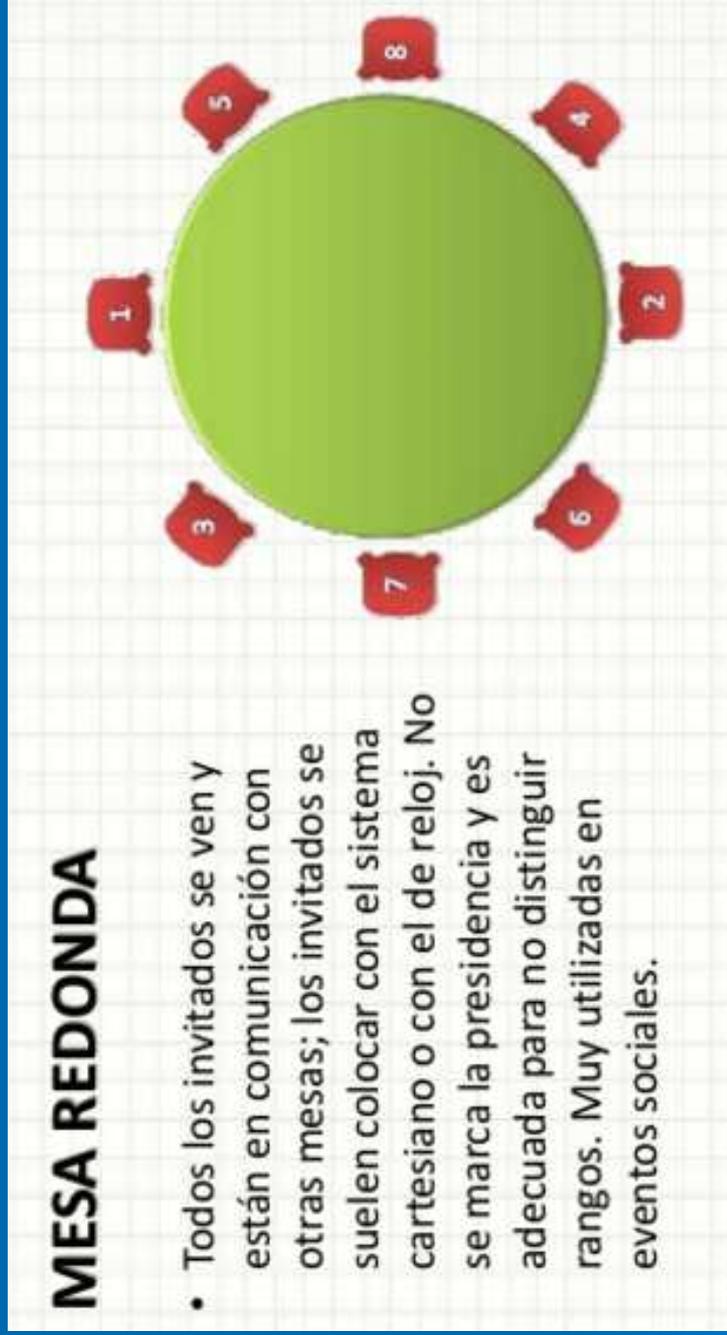
El protocolo aporta a la empresa valores fundamentales añadidos en los que destacamos 6 elementos:

- Imagen. El protocolo de empresa ayuda a difundir la imagen de la empresa mediante actos y apariciones públicas.
- Proyección. El protocolo ayuda a la proyección social de la empresa ya que contribuye a mejorar las relaciones con los públicos.
- Comunicación. El protocolo comunica los mensajes de la empresa de modo eficaz.

- **Procedimiento**. El protocolo establece unas normas y unas técnicas de organización, es decir, establece unos procedimientos de actuación que aporta calidad a los actos y a las relaciones.
- **Rentabilidad**. El protocolo de empresa es una herramienta que consigue incrementar los beneficios de la misma, optimizando el resultado de cada acto.
- **Prestigio**. El protocolo ayuda a conseguir una imagen favorable de la empresa como consecuencia de una actuación excelente.

MESA REDONDA

- Todos los invitados se ven y están en comunicación con otras mesas; los invitados se suelen colocar con el sistema cartesiano o con el de reloj. No se marca la presidencia y es adecuada para no distinguir rangos. Muy utilizadas en eventos sociales.



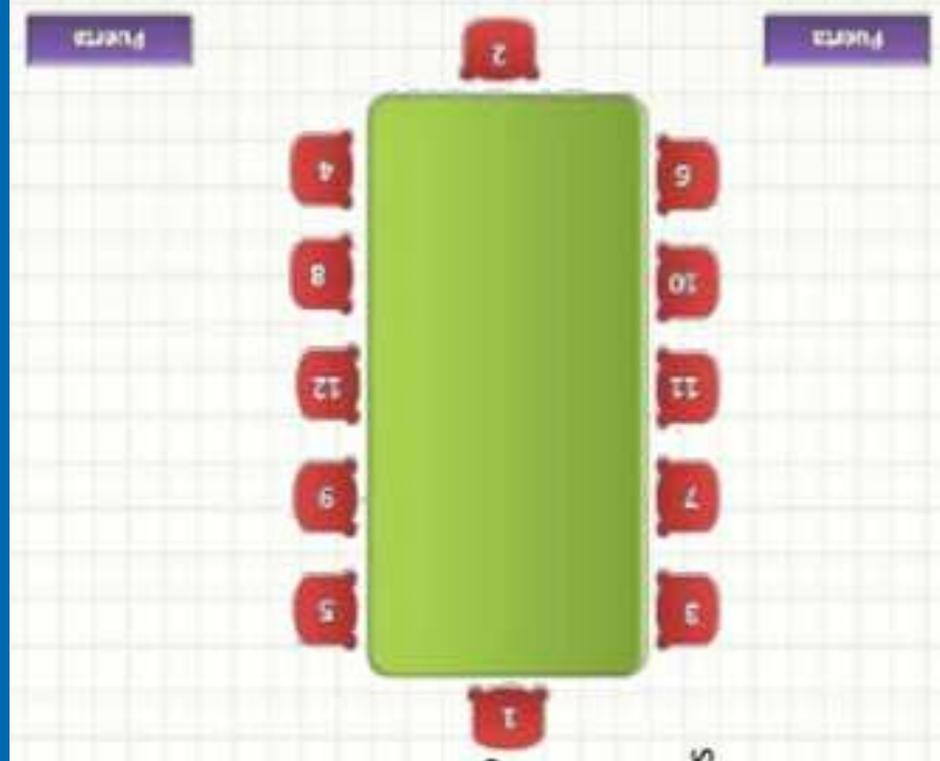
MESA CUADRADA

- Es de la más utilizada en restaurantes. En protocolo se utiliza poco porque solo existen pares; admite 4, 8, 12... Siempre tiene que ser par y divisible entre 4. Es ideal para cenas íntimas y tampoco marca de gran manera las presidencias.
- Conocida Tipo Rusa



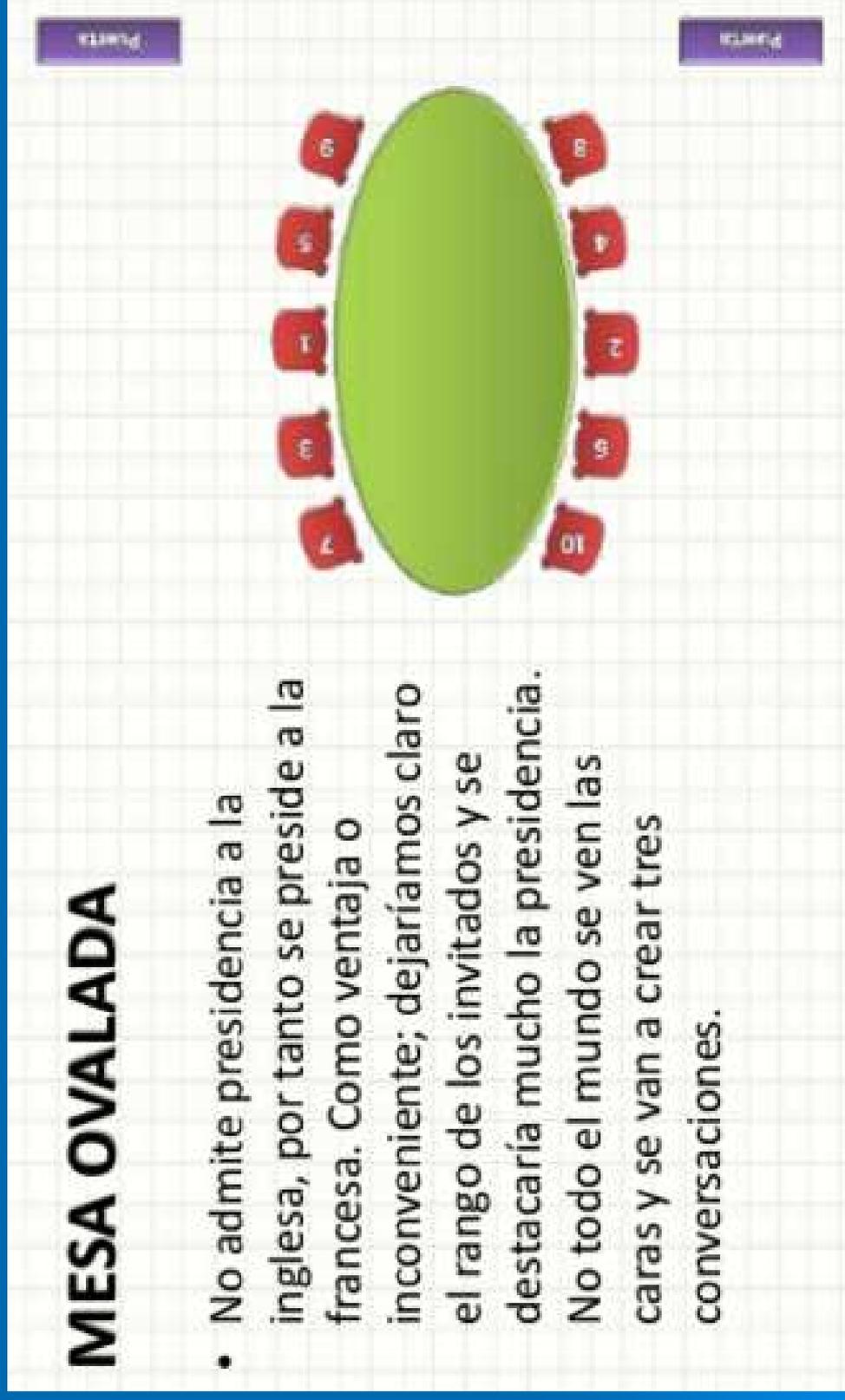
MESA IMPERIAL

- Muy usada en eventos empresariales y en comidas en las que se ponga una sola mesa.
- Existen dos maneras de colocar la presidencia: a la francesa (española); donde la presidencia se sienta en el centro de la mesa y no lleva comensales en los extremos, y a la inglesa; donde la presidencia se sienta en los extremos (en ambos casos es preferible que los invitados sean pares). Como ventaja o inconvenientes: resalta mucho la presidencia, quien o quienes son más importantes.



MESA OVALADA

- No admite presidencia a la inglesa, por tanto se preside a la francesa. Como ventaja o inconveniente; dejaríamos claro el rango de los invitados y se destacaría mucho la presidencia. No todo el mundo se ven las caras y se van a crear tres conversaciones.



Responsabilidad Social Empresarial

Según la Organización Internacional del Trabajo “la responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad, y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos, como en su relación con los demás actores.”



Áreas de acción de la RSE

Las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden lo relativo a “los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente”.

Estas son:

- Valores y Principios Éticos
- Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo
- Apoyo a la Comunidad
- Protección del Medio Ambiente
- Marketing Responsable

RSE en eventos

- Siendo los eventos corporativos uno de los canales de comunicación más destacados y habituales en el ámbito empresarial, se podría inferir que los eventos son, por tanto, un medio esencial a través del cual una empresa puede repercutir positivamente en el entorno que le rodea.
- Muchos son las empresas y agencias de eventos que dedican esfuerzos a la RSC desde que en España se empezara a hablar del tema allá por el año 2001 y , sin embargo, nuestra experiencia en el sector nos indica que aunque se ha progresado en la buena dirección, aún queda mucho camino por recorrer .

- En cuanto al ámbito medioambiental de la RSC, hay que destacar que las agencias de eventos comenzamos a reciclar – y hace ya un buen tiempo- elementos como moquetas, lonas, cartelería, etc.
- Materiales reciclados - aprovechar materiales de varias campañas - no realizar material innecesario o en cantidades no necesarias.
- Estrategias para que las discapacidades físicas ó auditivas sean integradas en cualquier acción. Así, se incorporan rampas de acceso a escenarios, se habilitan y reservan espacios especiales para una persona en silla de ruedas, se tienen en cuenta un sinfín de detalles para solventar impedimentos arquitectónicos en un evento o se contratan intérpretes de lengua de signos.

Organización de un evento de la mano y/o a favor de una institución o proyecto sin fines de lucro de cara a apoyar su causa

- Identificar la causa
- Personal de la institución, por ejemplo: Síndrome Down
- Explicar la causa o lo que se dona o apoya
- Explicar el proyecto en sí
- Dar información a los asistentes

A tener en cuenta en Eventos con comida:
menú diabéticos, vegetarianos, veganos



Muchas gracias por vuestra atención

cuatronoventa
comunicación-consultoría-formación-fotografía

**CEEI**
COMUNITAT
VALENCIANA
CENTROS EUROPEOS DE
EMPRESAS INNOVADORAS

Carolina San Miguel Mas

@carolinasmm

carolina@cuatronoventa.com

www.carolinasmm.wordpress.com

www.cuatronoventa.com