

# Успех форума в руках организаторов

Эльвира Тарасенко

*Что бы ни говорили о слабом развитии российской экономики и об отсутствии каких-либо положительных изменений за прошедшие несколько лет, я считаю, что поводов для такого самобичевания нет. Российский бизнес развивается, появляются новые (и что самое важное!) производственные компании, которые «через тернии к звездам» стремятся пройти путь от маленьких фирм со штатом в 5 человек до мощных мегахолдингов с многомиллионными оборотами.*

Конечно, не всякому кораблю уготовано большое плавание. А удержаться на волнах большого бизнеса и не утонуть во время штормов компаниям помогают организаторы таких профессиональных мероприятий как выставки, форумы, конгрессы.

Участие в подобных акциях позволяет всегда быть в курсе последних событий в той или иной сфере экономики, поделиться набравшими проблемами с коллегами, пообщаться с зарубежными экспертами. Больше всего таких мероприятий проходит, конечно же, в Москве и Санкт-Петербурге.

Мероприятия, собирающие ведущих специалистов всех сфер экономики, отличаются по своей концепции и масштабу. Они могут быть как узкопрофессиональными, объединяющими специалистов одной отрасли (например, конгрессы по IT-технологиям), так и формата «B2B» («business to business»), организуемыми для бизнесменов из разных сфер, имеющих общие профессиональные интересы. Что касается масштаба акций, то он зависит от состава участников — они могут представлять один город (регион) или всю Россию, страны СНГ, Балтии и дальнего зарубежья.

Перед организаторами подобных профессиональных съездов стоит много задач и проблем, которые необходимо решать, чтобы достичь конечной цели — идеальной организации мероприятия. Все участники должны остаться максимально довольными и

На форумах Food Director и Retail Director речь идет о налаживании продуктивных деловых отношений между представителями российской розничной (прежде всего, сетевой) торговли с представителями компаний-поставщиков, компаний, оказывающих профессиональные (например, консультационные) услуги на розничном рынке. Food Service объединяет специалистов всех секторов российского ресторанного рынка, индустрии питания и поставщиков в данной сфере. А форум Financial Director ориентирован, с одной стороны, на финансовых директоров предприятий и, с другой, — на представителей банковских структур, страховых компаний и пенсионных фондов.

В связи с тем, что все эти форумы собирают до 600 участников, приезжающих в Москву из других городов и стран, идеальной «площадкой» для их проведения являются гостиницы. При этом, учитывая высокий статус подобных конвенций и высокий представительский уровень, гостиницы должны быть высокого класса и, желательно, относиться к известной международной гостиничной сети (например, Marriott).

К сожалению, несмотря на охвативший в последнее время Москву гостиничный бум, отелей международного класса, способных оказать качественные услуги и обладающих техническими возможностями для проведения столь масштабных мероприятий, по-прежнему не хватает. Не в каждой гостинице найдется конференц-зал, способный вместить 400–500 человек, или место для размещения экспозиционных стендов компаний-участниц форума. Существуют и определенные технологические трудности. Так, в рамках ресторанных форумов часто организуются мастер-классы шеф-поваров, для проведения которых требуется соблюдение определенных условий (наличие хорошей вытяжки, вентиляции и так далее).

Что же касается аудио- и видеоборудования, установленного в залах для проведения семинаров, то оно должно быть самого высокого уровня. Работу оборудования необходимо проверять заранее, чтобы избежать досадных сбоев при проведении самого мероприятия. Помимо традиционного

можно и нужно хорошо отдохнуть. Поэтому стоит заранее разработать сценарии проведения вечерних приемов, «вечеров знакомств» для участников. Но при утверждении развлекательной программы и списка приглашенных артистов важно помнить о вкусах и предпочтениях, среднем возрасте аудитории и не переходить ту грань, за которой может испортиться впечатление от удачно проведенных дневных мероприятий.

Следует подумать и о питании участников. Сколько «кофе-брейков» будет между семинарами в первый и второй день проведения форумов? Когда и где будут проходить обеды или ланчи? Какое меню утвердить? Что предпочесть — шведский стол или обслуживаемые официантами столики? Как рассадить участников во время обедов и вечерних приемов — за столиками или а-ля фуршет?

Безусловно, в организации форумов важную роль играет гостиничный персонал. От профессионализма и скоординированности действий всей команды отеля — от менеджеров по организации мероприятий до официантов и горничных — в немалой степени зависит эффективность работы организаторов. Занимаясь подготовкой к форуму, организаторы всегда должны иметь возможность связаться с ответственным за проведение мероприятия лицом в гостинице. Например, в гостинице «Ренессанс» организаторам мероприятий, которые могут принимать решения, выдается символ гостеприимства — «Золотой Ананас». Заметив такой значок у организатора, сотрудники гостиницы помогут ему оперативно решить все возникающие проблемы. Такие нюансы существенно облегчают работу организаторов и экономят время.

Залог успешности форумов — непрерывная работа с клиентами, постоянными и потенциальными участниками. Чтобы поддерживать лояльность клиентов и привлекать к участию новых, необходимо заблаговременно информировать их о грядущих мероприятиях, по электронной и почтовой рассылке, посредством анонсов в средствах массовой информации (например, в журнале «Карьера»).



Эльвира Тарасенко,  
ведущий менеджер  
по работе с клиентами, BBPG

лицо и быть уверены, что они смогут обратиться во время форумов к любому из них с просьбой или вопросом, и организатор (вне зависимости от должности) обязательно им поможет.

Что касается компаний-экспонентов, то они должны получать максимум внимания на всех стадиях работы форума — с момента заключения договора до завершения работы форума.

Организаторы должны обладать высокими профессиональными навыками, уметь давать совет по наиболее эффективному оформлению стенда, целесообразности проведения в рамках форума той или иной рекламной акции (будь то гастрономическая дегустация или розыгрыши сотовых телефонов), а также по оформлению территории проведения форума рекламными баннерами, постерами или дисплеями.

Необходимо заранее согласовывать все технические вопросы — от мощности оборудования на стенде до привлечения дополнительного рабочего персонала во время монтажа.

Вот лишь немногие проблемы, с которыми сталкиваются как организаторы бизнес-форумов BBPG, так и организаторы других подобных профессиональных мероприятий. Общего алгоритма для решения всех



*Что бы ни говорили о слабом развитии российской экономики и об отсутствии каких-либо положительных изменений за прошедшие несколько лет, я считаю, что поводов для такого самобичевания нет. Российский бизнес развивается, появляются новые (и что самое важное!) производственные компании, которые «через тернии к звездам» стремятся пройти путь от маленьких фирм со штатом в 5 человек до мощных мегахолдингов с многомиллионными оборотами.*

Конечно, не всякому кораблю уготовано большое плавание. А удержаться на волнах большого бизнеса и не утонуть во время штормов компаниям помогают организаторы таких профессиональных мероприятий как выставки, форумы, конгрессы.

Участие в подобных акциях позволяет всегда быть в курсе последних событий в той или иной сфере экономики, поделиться наиболее актуальными проблемами с коллегами, пообщаться с зарубежными экспертами. Больше всего таких мероприятий проходит, конечно же, в Москве и Санкт-Петербурге.

Мероприятия, собирающие ведущих специалистов всех сфер экономики, отличаются по своей концепции и масштабу. Они могут быть как узкопрофессиональными, объединяющими специалистов одной отрасли (например, конгрессы по IT-технологиям), так и формата «B2B» («business to business»), организуемыми для бизнесменов из разных сфер, имеющих общие профессиональные интересы. Что касается масштаба акций, то он зависит от состава участников — они могут представлять один город (регион) или всю Россию, страны СНГ, Балтии и дальнего зарубежья.

Перед организаторами подобных профессиональных съездов стоит много задач и проблем, которые необходимо решать, чтобы достичь конечной цели — идеальной организации мероприятия. Все участники должны остаться максимально довольными и получить практическую пользу.

Организация и проведение бизнес-форумов и конвенций в сфере B2B — одно из направлений деятельности компании BBPG (Business to Business Production Group). Среди основных задач форумов BBPG — на первом месте помощь в установлении новых деловых контактов, поиск «общего» языка, который мог бы сделать общение между всеми участниками наиболее эффективным.

речь идет о налаживании продуктивных деловых отношений между представителями российской розничной (прежде всего, сетевой) торговли с представителями компаний-поставщиков, компаний, оказывающих профессиональные (например, консультационные) услуги на розничном рынке. Food Service объединяет специалистов всех секторов российского ресторанного рынка, индустрии питания и поставщиков в данной сфере. А форум Financial Director ориентирован, с одной стороны, на финансовых директоров предприятий и, с другой, — на представителей банковских структур, страховых компаний и пенсионных фондов.

В связи с тем, что все эти форумы собирают до 600 участников, приезжающих в Москву из других городов и стран, идеальной «площадкой» для их проведения являются гостиницы. При этом, учитывая высокий статус подобных конвенций и высокий представительский уровень, гостиницы должны быть высокого класса и, желательно, относиться к известной международной гостиничной сети (например, Marriott).

К сожалению, несмотря на охвативший в последнее время Москву гостиничный бум, отелей международного класса, способных оказать качественные услуги и обладающих техническими возможностями для проведения столь масштабных мероприятий, по-прежнему не хватает. Не в каждой гостинице найдется конференц-зал, способный вместить 400–500 человек, или место для размещения экспозиционных стендов компаний-участниц форума. Существуют и определенные технологические трудности. Так, в рамках ресторанных форумов часто организуются мастер-классы шеф-поваров, для проведения которых требуется соблюдение определенных условий (наличие хорошей вытяжки, вентиляции и так далее). Что же касается аудио- и видеоборудования, установленного в залах для проведения семинаров, то оно должно быть самого высокого уровня. Работу оборудования необходимо проверять заранее, чтобы избежать досадных сбоев при проведении самого мероприятия. Помимо правильного выбора «площадки» необходимо учитывать ряд других организационных моментов. Например, работа над программой конференции должна начинаться задолго до официального объявления дат проведения акции. Привлекаются зарубежные эксперты, проводится анализ наиболее актуальных тем для обсуждения, учитываются мнения участников проведенных мероприятий.

Нельзя забывать и о неформальной части — после напряженной дневной программы

стоит заранее разработать сценарий проведения вечерних приемов, «вечеров знакомств» для участников. Но при утверждении развлекательной программы и списка приглашенных артистов важно помнить о вкусах и предпочтениях, среднем возрасте аудитории и не переходить ту грань, за которой может испортиться впечатление от удачно проведенных дневных мероприятий.

Следует подумать и о питании участников. Сколько «кофе-брейков» будет между семинарами в первый и второй день проведения форумов? Когда и где будут проходить обеды или ланчи? Какое меню утвердить? Что предпочесть — шведский стол или обслуживаемые официантами столики? Как рассадить участников во время обедов и вечерних приемов — за столиками или а-ля фуршет?

Безусловно, в организации форумов важную роль играет гостиничный персонал. От профессионализма и скоординированности действий всей команды отеля — от менеджеров по организации мероприятий до официантов и горничных — в немалой степени зависит эффективность работы организаторов. Занимаясь подготовкой к форуму, организаторы всегда должны иметь возможность связаться с ответственным за проведение мероприятия лицом в гостинице. Например, в гостинице «Ренессанс» организаторам мероприятий, которые могут принимать решения, выдается символ гостеприимства — «Золотой Ананас». Заметив такой значок у организатора, сотрудники гостиницы помогут ему оперативно решить все возникающие проблемы. Такие нюансы существенно облегчают работу организаторов и экономят время.

Залог успешности форумов — непрерывная работа с клиентами, постоянными и потенциальными участниками. Чтобы поддерживать лояльность клиентов и привлекать к участию новых, необходимо заблаговременно информировать их о грядущих мероприятиях, по электронной и почтовой рассылке, посредством анонсов в средствах массовой информации (в тематических и деловых газетах и журналах, радиопередачах, телепрограммах). Очень важно своевременно анонсировать все мероприятия на собственном интернет-сайте, на котором также необходимо размещать фотоотчеты и архивы предыдущих форумов. Участники должны иметь возможность зарегистрироваться на сайте в режиме «он-лайн».

Наконец, необходимо «персонифицировать» отношения организаторов с участниками. Участники должны знать «организаторов» в



**Эльвира Тарасенко,**  
ведущий менеджер  
по работе с клиентами, BBPG

лицо и быть уверенными, что они смогут обратиться во время форумов к любому из них с просьбой или вопросом, и организатор (вне зависимости от должности) обязательно им поможет.

Что касается компаний-экспонентов, то они должны получать максимум внимания на всех стадиях работы форума — с момента заключения договора до завершения работы форума.

Организаторы должны обладать высокими профессиональными навыками, уметь давать совет по наиболее эффективному оформлению стенда, целесообразности проведения в рамках форума той или иной рекламной акции (будь то гастрономическая дегустация или розыгрыши сотовых телефонов), а также по оформлению территории проведения форума рекламными баннерами, постерами или дисплеями.

Необходимо заранее согласовывать все технические вопросы — от мощности оборудования на стенде до привлечения дополнительного рабочего персонала во время монтажа.

Вот лишь немногие проблемы, с которыми сталкиваются как организаторы бизнес-форумов BBPG, так и организаторы других подобных профессиональных мероприятий. Общего алгоритма для решения всех проблем не существует. Единственный совет — проявляйте инициативу и будьте креативны. Помните, что организация любого мероприятия, будь то небольшой корпоративный форум или бизнес-конвенция, подразумевает работу с людьми. Поэтому ваше доброжелательное отношение к коллегам, партнерам, клиентам, ваша толерантность, высокий уровень профессионального общения и искренняя заинтересованность облегчат вашу работу и послужат гарантом успеха организованного вами мероприятия.