



10 правил клиентоориентированности площадки для мероприятий

Елена Терехина, генеральный директор КВК «Синара Центр»



Десять правил представила генеральный директор КВК «Синара Центр» Елена Терехина.

1. Научите своих сотрудников работать в команде Заказчика

В России есть устоявшееся мнение о том, что Заказчик арендует площадку, выдает техническое задание на нее и все. Требуется выполнить все пожелания и больше ни о чем не думать. Команда культурно-выставочного комплекса "Синара Центр" работает по-другому. Наши сотрудники становятся частью рабочей группы по

подготовке события. Мы знаем все возможности своих помещений и видели уже не одно мероприятие. Мы заинтересованы в том, чтобы любое событие прошло на высшем уровне. Поэтому активно участвуем в обсуждении форматов, концепций и технических возможностей.

2. Имейте в наличии комплекты дополнительной одежды и оборудования

Наверное часто и вы сталкивались с такой картиной: звукорежиссер на мероприятии находится на самом видном месте, а одет он, мягко говоря, не в тему. Обычно футболка непонятного формата и джинсы. Или фотограф в вытянутых спортивных штанах среди людей в вечерних платьях. Да, бывает, что организаторы просто забывают напомнить подрядчику о форме одежды. Поэтому и здесь мы за вас уже все придумали.

3. После окончания любого мероприятия площадка должна быть быстро приведена в исходный вид

Я сама однажды попала на просмотр площадки в одном из отелей в момент, когда она была не убрана. Хотя мероприятие закончилось накануне вечером. Никогда не знаешь, когда придет клиент на просмотр. Нужно быть всегда готовым к его приему.

4. Критически оцените навигацию на своей площадке

Навигация должна быть понятна любому посетителю. Каждый раз, заходя в помещение, задавайте себе вопрос: "Понятно ли посетителю, куда нужно идти?" Обсуждайте вопросы дополнительной навигации каждый раз с новым клиентом. Некоторые организаторы просто об этом забывают.

5. Научите улыбаться всех своих сотрудников: и охрану, и уборщиц, и гардеробщиц

Улыбка и дружелюбное отношение – залог проведения хорошего мероприятия. Это особенно важно для тех, кто впервые посещает площадку и не знает ее особенностей. Улыбайтесь и будьте готовы ответить на вопросы посетителей. Иногда охрана объектов просто не отвечает на вопросы, отправляя искать дальше тех, кто хоть что-то знает.



6. Расширяйте перечень предоставляемых услуг

Слушайте внимательно запросы клиентов. Если уже десятый Заказчик говорит о чем-то, наверное, стоит подумать об этом и внедрить в свой прайс-лист.

7. Проявляйте заботу о сотрудниках Заказчика

Очень часто эти люди работают "на износ". Они забывают или им некогда даже покушать. Особенно в день проведения мероприятия. Поэтому чашка кофе или комплиментарный обед от службы кейтеринга помогают восстановить силы организаторов.

8. Видеть много деталей и картину целиком

Обычно мы мыслим, идя от общего к частному, или наоборот. На мой взгляд, и для организатора любого события, и для площадки эти методы не могут быть взаимоисключающими. Проектировать концепцию всего события и представлять образ результата так же важно, как знать, в какую сторону должна быть повернута вилка для рыбы, и быть уверенным в том, что розеток будет достаточно на площадке.

9. Всегда собирайте совещание с Заказчиком по результатам проведенных событий

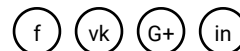
Обратная связь – это зона роста для любой площадки. А если вы научитесь еще и действительно менять процессы, согласно замечаниям, то ценность площадки еще

больше вырастет. Добавьте к этому письмо клиенту с отчетом о том, что было сделано по результатам совещания и ... клиент навсегда с вами.

10. Создавайте "услугу с превышением"

Делайте всегда немного больше того, что от вас ожидает Заказчик.

ПОДЕЛИТЬСЯ



ЧИТАЙТЕ ТАКЖЕ

"Расширяя границы"
(</material/view?id=3614>)

**16 марта пройдет новый
вебинар от организатора
фестиваля Silver Mercur**
(</material/view?id=3616>)

**Объявлен набор на второй
поток курса по событийному
менеджменту** (</material/view?id=3613>)

**"Наступил долгожданный
звездный час для награды"**
(</material/view?id=3611>)