



10 правил успешной стартап-конференции

Галина Талаева, руководитель направления работы со СМИ, организации мероприятий и выставочной деятельности технопарка «СТРОГИНО»



Стартапы — дело тонкое. Они рождаются и живут в условиях «чрезвычайной неопределенности», где традиционные инструменты менеджмента не работают. Понимая их специфику развития, можно организовать такую конференцию, которая реально повысит шансы на успех. Приступим.

1. Ключевой замысел.

Определите цель вашей конференции. Что является главной ценностью, ради которой вы готовы потратить время, энергию и деньги? И что вы ожидаете получить в итоге: внимание СМИ, новый опыт или полезные контакты?

2. Формат мероприятия.

Из первого вытекает второе. Формат должен соответствовать вашей цели и задавать тон мероприятию как своеобразный дресс-код. Официальный день инвестора, дружеский обмен опытом, деловые семинары, динамичный экспертный поток и др.

3. Целевая аудитория.

Для кого вы стараетесь, и что для них важно. Стартапы, инвесторы, начинающие предприниматели — у всех свои задачи, которые помогут сформировать пул спикеров и общий информационный контент.

4. Бюджет мероприятия.

Определитесь с ресурсами явными и возможными. Но не очень надейтесь на большие партнерские возможности.

5. Бриф мероприятия.

Разошлите его знакомым или рекомендованным агентствам. Получите от них коммерческие предложения. Сведите в таблицу и сопоставьте ключевые параметры. Принимайте решение на основании важных для вас критериев.

6. Выбор подрядчика.

Лично встретьтесь с возможными подрядчиками. При прочих равных условиях — это профессионалы, которых знаете вы или ваши знакомые. Они должны иметь кейсы успешно реализованных мероприятий, приемлемые цены, отличный уровень выполненных работ. Лучше выбирать тех, с кем вам удобно и комфортно работать. Кто дарит силу и энергию.

7. Техническое задание с работами и KPI.

Составьте его и обсудите с поставщиком по ключевым позициям: каналы продвижения мероприятия, количество зарегистрированных участников, количество пришедших участников, сколько спикеров, модераторов должно быть

на конференции (основных, запасных) и др. ТЗ желательно делить на несколько этапов.

8. Договор с поставщиком (-ами).

Желательно на каждом этапе заключать договор, отразив в нем работы и KPI, а также разбить оплату на авансовую — 1/3 и основную часть — 2/3 (при выполнении всех работ и достижении намеченных KPI). Это защитит вас от непредвиденных ситуаций, особенно накануне или во время проведения конференции.

9. Технические вопросы.

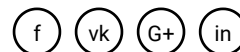
«Дьявол в мелочах». Даже если за вас всё делают поставщики, есть технические вопросы, которые остаются на стороне заказчика. Например, навигация в здании, расстановка стульев, оборудование в залах, звуковое оборудование, фото- и видеозапись, кейтеринг, кофе-брейки, фуршет, музыкальное сопровождение и др. Нелишне предусмотреть форс-мажорные события: погода, замена спикеров и т.д.

10. Ваша команда.

Она должна состоять из командных игроков и ответственных людей. Если вы делегируете задачу, она должна быть выполнена от начала и до конца. Вы не должны замыкать все процессы на себя и напоминать по несколько раз.

Ну и напоследок еще один полезный совет. Если вам кажется, что миссия невыполнима и задачи сыплются как из рога изобилия... Просто глубоко дышите! :) Очень помогает.

ПОДЕЛИТЬСЯ



ЧИТАЙТЕ ТАКЖЕ

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

**16 марта пройдет новый
вебинар от организаторов
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>)