

1. EKITALDIAK ANTOLATZEA

NEGOZIOAREN DEFINIZIOA

Gizarte-ekitaldiak, jardunaldiak, biltzarrak, ikuskizunak eta kirol-ekitaldiak antolatzea.

MERKATU DATUAK

Negozio hau, definitzen den bezala, hainbat eratako erakundeek garatzen dute, ekitaldiak marketinaren eta komunikazioaren arduradunek beren esku duten komunikazio-tresnatzat hartzen baitira. Ekitaldi, biltzar edo mintegia ia beti marketin edo publizitatearen azpigenerotzat hartzen da, eta horregatik kasu askotan honelako enpresek hartzen dute beren gain ekitaldien antolaketa. Ekitaldi agentziak bezeroentzat lan egin dezake zuzenean, edota publizitate-agentzia, komunikazio-kabinete, bidai agentzia eta abarrekin elkarlanean. Ekitaldi-agentzia baten espezializazioa eskaintzen duen azken produktuari buruzkoa da eta espezialitate, produktu eta zerbitzuen kopuru eta aniztasunari buruzkoa (catering, bidaia, kokaleku, soinu, argiztapen, azafata, dekorazio, itzulpen, bideo-ekoizpen, segurtasun, aktore, publizitate eta abarren kudeaketa). Meeting Planners International-en lehendakari den Peter Haing-en iritziz, finkatze-aldia bizi du negozio honek, eta Europako Batasuna handiagotzeak enpresa eta gobernuen arteko biltzar eta ekitaldien merkatua haztea ekarriko du.

ENPRESA-PLANA

Marketin-plana

□ *Produktuak*

Gizarte-ekitaldiak, kultur eta kirol-ekitaldiak, biltzarrak eta jardunaldiak antolatu eta kudeatzea. Normalean zerbitzu teknikoak eskaintzen dira (informatika, soinu eta irudirako laguntza), laguntza-zerbitzuak (itzultzaileak, interpretariak, azafatak, idazkariak, gosaria edo askaria) eta zerbitzu osagarriak (informazio-kartelak, liburuxkak, sustapen-kanpainak, parte-hartzaileen eta hizlarien bidaiak eta ostatua antolatzea, etab.)

□ *Sustapena*

Publizitaterik onena antolaturiko ekitaldien “zorroa” eskaintzea da. Hala ere, hasteko bezero izan daitezkeen artean konfiantza sortu behar da. Horretarako, zenbait elementuk balio du: eskainitako zerbitzu-katalogoa, norberaren web-gunea, informazio-liburuxkak, etab. Beste bide batzuk ere erabiltzen dira: orrialde horietan eta enpresa-aldizkarietan agertzea, azoka profesionaletan parte-hartzeaz gain.

Plan Operatiboa

□ *Lokala*

Bulegoak, ahal bada erdialdean edo negozio-guneetan.

□ *Eremua*

Bulego horietan bereizita harrera, administrazioa, bilera-gela eta lan-gelak behar dira. Premien arabera, negozio-guneetan ere aloka daitezke lekuak.

□ *Ekipamendua*

Bulego-altzariak, informatika-tresneria Internetekin eta enpresa-kudeaketarako softwarearekin (batez ere, bezero eta hornitzaileen datu-basearekin). Emandako zerbitzuen arabera audio- eta bideo-materiala behar da, proiektzio-kanoia eta ordenagailu eramangarria erakusketa eta bideo-hitzaldietarako, etab.

Giza baliabideen plana

Ez da titulazio berezirik behar ekitaldiak antolatzeko enpresa bat abian jartzeko, nahiz eta komeni den lanbide-esperientzia izatea arlo honetan. Prestakuntzari dagokionez, ezinbestekoa da ingelesa jakitea eta beste hizkuntza bat ere jakitea. Ikasketarik egokienak Turismo, Ekonomia edo Enpresa Zientziak eta Marketin dira. Gutxienez bulegari edo administrari bat izan behar da, eta gainerako zerbitzuak (itzultzaileak, interpretariak, azafatak, audio-, bideo- eta informatika-teknikariak...) azpikontratatu egin daitezke.

Inbertsio-plana

30.000 eurotik aurrera lokalaren, kontrataturiko ekipamenduaren eta hasierako sustapenaren arabera.

Garapen-en elkartutako agentzietan autoenplegurako orientabideak eta laguntza-zerbitzuak eskaintzen dira.

<http://www.garapen.net>

Administrazio-izapideak

EAE: Administrazio-prozedura hauek jarduera bat abian jartzeko sektoreka dauden laguntzak eta egin beharreko izapideak azaltzen dituzte.

<http://www.ej-gv.net/m20/M20BusquedaProcedimientosServlet?Cmd=listarAyudas&lenguaje=es>
<http://www.ej-gv.net/m20/M20BusquedaProcedimientosServlet?lenguaje=es&EstadoVigencia=1>

Enpresa bat sortzeko informazio osoa

<http://www.creaciondempresas.com/>

Laguntzak, diru-laguntzak eta bekak

Espainia. Herri Administrazioen Ministerioa.

Estatuko Administrazio Orokorrak eta Autonomia Erkidegoek deitutako laguntza, diru-laguntza, beka eta sariei buruzko kontsulta lagundua, baita Europako Batasunak eta Toki Administrazioak deituriko batzuei buruzkoa ere.

IDEIAK ETA ARRAKASTAREN GAKOAK

□ *Profesionaltasuna eta seriotasuna*

Ekitaldi baten antolaketa honelako enpresa baten esku uzten duen bezero partikularrak nahiz ekitaldi baten kudeaketa eskatzen duen enpresa-bezeroak xehetasunik txikiena ere zaintzea espero dute, beraiek jarriko luketen arreta berberarekin. Ez dugu ahaztu behar arazoak saihesteko eta denborarik ez galtzeko ordaintzen dutela bezeroek.

□ *Konfiantza sorraraztea*

Dena esku onetan utzi duela jakin behar du bezeroak. Bere ospea dago jokoan, eta ekitaldiaren antolaketan porrot egitea bere kontra doa lehenengo, baina azkenean enpresaren kontra. Ongi ateratzen bada, beste bezero batzuei gomendatuko zaituzte. Bestela, publizitate txar samarra izango da. Beti egiten dira akatsak. Horiek kontuan hartu, ikasi eta hurrengoan ez egitea da garrantzitsua.

□ *Laguntzaile-sare ona*

Zerbitzu integrala eskaintzeko gai izan behar da, ekitaldiaren antolaketaren alderdi guzti-guztiak estali ahal izateko: aretoaren pestaketa, parte-hartzaileentzako dokumentazioa, “coffee-break” edo web orria sortzea ekitaldia sustatzeko. Horretarako laguntzaile-talde zabala behar da, zerbitzuetako batzuk horiei azpikontratatzeko.

HELBIDE INTERESGARRIAK

MPI (Meeting Planners International)

<http://www.mpiweb.org>

International Congress and Convention Association, ICCA

<http://www.iccaworld.com>

<http://www.eventoplus.com>

<http://www.eventalia.com>