

Ogledni primer Atlante *Absolutely Atlanta*

Projekt

Održati upečatljivu prezentaciju
Stvoriti slavljeničko raspoloženje
Preurediti vazduhoplovni hangar u prelepu salu za bal
Predstaviti novi način opisa Boeinga 777 pred 7000 novinara i zaposlenih u velikoj vazduhoplovnoj firmi

Izazov

Samo tri nedelje do svečanosti
Izdejstvovati dozvole za osoblje, da bi moglo da uđe u deo međunarodnog aerodroma Hartfield (*Hartfield*) u Atlanti koji je pod jakim obezbeđenjem
Sakriti 76,2 m dugačak i 67 m širok putnički avion
Stvoriti viseću konstrukciju za postavljanje osvetljenja i ozvučenja u hangaru s tvrdim metalnim zidovima
Prekriti 17 m bojom poprskanih zidova

Iskustvo

Očaravajuće ushićenje!
Blago osvetljenje
Predivna tkanina kojom su ukrašeni zidovi
Projekcija filma koji pokazuje razvoj unutrašnjosti i boja korišćenih u avionu
Dramatična eksplozija konfeta
Hangar je odjednom obasjan zaslepljujućim svetlom dok se vrata naglo otvaraju
Impresivni novi *Boeing 777* blješti na suncu!

Rezultat

Neverovatan uspeh!
Dramatično predstavljanje promenjenog identiteta marke
Most za budućnost
Trajni utisak na novinare i zaposlene

Oduševljenje firmom i markom

Korišćeno uz dozvolu *Global Events*

Bez obzira na to da li se bavite organizacijom događaja kakav je ovaj upravo opisani, na kojem je predstavljen novi proizvod pred 7000 novinara i zaposlenih u vazduhoplovnoj firmi, ili organizacijom trke putem koje se prikupljaju sredstva za dobrotvorne svrhe, ili lokalnog festivala bluz (blues), upravljanje događanjima je delatnost prepuna uzbuđenja. Sigurno je da nijedan radni dan organizatora događanja nije sličan prethodnom. To je dinamičan posao koji nije bez frustracija, ali, na kraju krajeva, svaki organizator događanja je uveren da ima najbolji posao na svetu.

Organizacija događanja i konvencija je delatnost u kojoj se vrti 100 milijardi dolara, a u njoj je trenutno zaposleno 1,5 milion ljudi. Zahvaljujući tome, veoma je porasla popularnost studija iz područja upravljanja događanjima. To je delatnost koja privlači mnoge najbolje studente u zemlji koji žele uzbuđljivu karijeru u kojoj će moći da pokažu i da iskoriste svoje organizacione sposobnosti, sposobnosti zapažanja detalja, kao i kreativnost.

Pošto sam se u svojem pisanju već bavila ugostiteljstvom i organizacijom događanja cele protekle decenije, imala sam čast da prikupim materijal i uredim ovaj tekst. Mnogima se pri tom moram zahvaliti. Prva i najvažnija je Lin van der Vagen (*Lynn Van Der Wagen*). Prilagođavanje njenog originalnog teksta, koji je objavljen u Australiji, bilo je vredno iskustvo. Želim da zahvalim Lin i na fotografijama koje su korišćene u knjizi. Takođe se zahvaljujem Vernu Antoniju (*Anthony*), mojem uredniku u izdavačkoj kući *Prentice Hall/Pearson*, kao i njegovom osoblju koje je pokazalo veliko interesovanje i pružilo mi podršku u radu. Zahvalna sam Edu Sandersu, mojem mentoru, koji je uvek verovao u mene i pomagao mi da napredujem u ovoj delatnosti, a i svim brojnim udruženjima, organizacijama i stručnjacima koji su sa mnom spremno podelili svoje podatke i ideje. Njihovi primeri su omogućili da ovaj tekst bude životan i da zaista predstavlja odraz američkog tržišta.

Najviše, međutim, želim da zahvalim svojoj voljenoj porodici, jer ona je moj motiv za rad i razlog da stalno napredujem. Rudi (*Rudy*), najbolji si. Čed (*Chad*), Klint (*Clint*) i Melisa (*Melissa*), hvala vam na podršci. Mama i tata, hvala i vama, jer ste me naučili da radom mogu postići sve što god odlučim.

I, najzad, posebno želim da zahvalim svim studentima i onima koji rade u obrazovanju, a koji će koristiti ovu knjigu. Pišući, stalno sam mislila na vas i nadam se da će vam ova knjiga biti koristan izvor. Želim vam da sva vaša događanja budu uspešna!

Brenda R. Carlos

Delatnost planiranja i organizacije događanja ima izuzetno pozitivnu budućnost. Osim uobičajenih korporativnih sastanaka, sajмова i konferencija, delatnost planiranja događanja uključena je sve više i u oglašavanje i stvaranje robnih marki za klijente. Potrošači sve više i uspešnije ignorišu uobičajene metode „prekidnog marketinga“ koje koriste oglašivači, kao što su televizijske reklame i direktni marketing e-poštom. Uređaji kao što su TiVo u potpunosti brišu reklame. Javlјaju se novi oblici marketinga, tzv. advertainment (od engl. advertising = oglašavanje i entertainment = zabava). Ovaj izuzetno interaktivan oblik marketinga kombinuje elemente tradicionalnog stvaranja marki sa živim, interaktivnim događanjima koja su vrlo upečatljiva, vrlo ciljna, vrlo ekonomična i, što je najvažnije, vrlo merljiva. Organizatori događanja koji uspeju da identifikuju strategije stvaranja marki svojih klijenata i da prenesu svoju stručnost i iskustvo u vođenju logistike velikih događanja imaju vrlo svetlu budućnost. Svi studenti marketinga koji žele posao u rastućem i unosnom tržišnom segmentu svakako bi morali da razmisle o karijeri u stvaranju marki događanja i u iskustvenom marketingu.

Lari Džiger (Larry Jaeger)
Predsednik Events Xtraordinair
(www.eventsx.com)