

Event

LIVE

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ



Чек-лист: Объемный дизайн делового события. 10 точек контроля

На бизнес-мероприятиях мы отрабатываем три цели: удобство участников, бизнес-задачи клиентов, а также фотогеничность события для последующих фото и отчетов с него. Один из инструментов, работающих на эти 3 цели – декорирование помещений в стиле вашего мероприятия. Однако при дизайне помещения под мероприятия ивенторы часто забывают о кажущихся мелочах, например

- Стиль, цвет, фактура окружающей обстановки
- Высота помещений для мероприятия
- Качество мебели
- Композиция предметов на площадке
- Фон для фото спикера и зала

Редакция Event LIVE и Елена Конвисар, директор по маркетингу ГК “НЕОЛАНТ” и основатель EXPO школы составили для вас чек-лист о том, как грамотно подойти к вопросу организации объемного декорирования пространства для делового мероприятия

Красивых событий вам, друзья!
Команда Event LIVE

**ХОЧУ ДОСТАВКУ САМЫХ ИНТЕРЕСНЫХ
СТАТЕЙ, ЧЕКЛИСТОВ, ШПАРГАЛОК**

Читайте главные новости ивент индустрии на Event LIVE:



event-live.ru

1. Опишите стиль, цвет и фактуру окружающей обстановки

Если красный плюш и позолота гостиницы спорят по стилю с вашими хай-тек решениями – подумайте, как их визуально объединить. И наоборот, если вам нужно представить люксовый бренд в скромном помещении – подумайте, как минимальными средствами декора придать ему богемности. Или вам предлагают помещение с яркими изумрудными стульями – а ваш фирменный цвет – тусклый розовый – подумайте, возможно ли их увязать с помощью третьего оттенка или надо менять стулья?



Не допускайте случайных сочетаний стилей и цветов – это всегда производит впечатление несобранности, отсутствия деловитости.

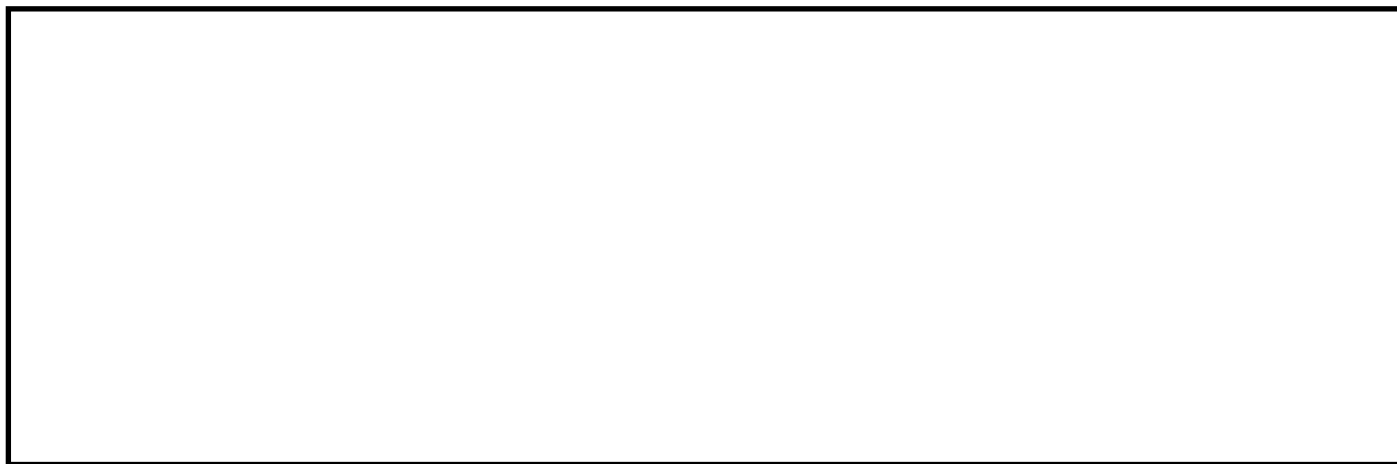
2. Уточните высоту помещений



Если мы выбрали зал с огромным экраном, мы не должны забывать о соразмерном декоре. Если все носители стиля будут сосредоточены на уровне сцены, это может смотреться куце, в стиле «не хватило денег», поэтому нужно размещать декорации и на высоте.

3. Сфотографируйте мебель. Обратите внимание на ее качество

Нестатусная мебель – это то, что очень часто убивает впечатление от мероприятия. Например, люди потратили миллион на световое шоу на сцене и при этом поставили в зал серые тряпичные стулья с торчащими нитками – самые дешевые в аренде.



Если вы арендуете мебель или площадка предлагает вам ее на выбор – то при прочих равных выбирайте свой цвет и стиль, и более статусные материалы – кожа, металл, красивый пластик. Не допускайте хаоса случайных цветовых пятен или спорящих форм.

4. Нарисуйте план. Обозначьте на нем статичные и «сложные» объекты.

Вы можете выдержать оформление помещения и движимого имущества в одних цветах, формах, стилях, фактурах и даже учесть масштабы помещения, но все равно картинка будет «распадаться». В чем причина? Скорее всего, вы не дотянули в части композиции.

Композиция - это предмет отдельного разговора, но есть простейшие базовые принципы дизайна интерьера, которых можно придерживаться, если вы не можете позволить себе отдельного декоратора для мероприятия:





- Например, у вас есть разношерстные роллапы спонсоров – поиграйте с их расстановкой по размерам и цветам, добиваясь симметрии.
- Если у вас сложное в плане помещение – с помощью мебели визуально поделите его на функциональные зоны в форме квадратов или не сильно вытянутых прямоугольников.
- Особенно обращайте внимание на композиции в видовых точках – куда падает взгляд при входе в помещение или при подъеме по лестнице. Часто нам достаточно хорошо проработать одну видовую точку, чтобы отвлечь взгляд от неприглядности или стиля всего остального пространства.
- Человечество тяготеет к квадратным пространствам;
- Если у вас есть набор несочетающихся предметов, возьмите их «в рамочку».

5. Кто станет живыми носителями вашего стиля?

Все участники мероприятия в той или иной степени носители его стиля. Регистраторы, техники в залах, логисты в холлах, спикеры, участники – все они могут добавлять хаоса в образ мероприятия, а могут наоборот, его укреплять и поддерживать.



И совершенно не обязательно заказывать дорогую униформу для персонала – достаточно больших брошей-цветов или, например, шелковых платков на шею или запястье. Просто не допускайте случайностей и обязательно включайте людей в работу на ваш стиль.

6. Продумайте световые сценарии

В рамках мероприятия у нас 3 выхода: довольствоваться штатным освещением площадки; заказать дополнительное (и дорогое) профессиональное освещение; добавить отдельные световые точки с помощью бытовых светильников. И я опять-таки призываю вас не пускать этот вопрос на самотек.



Продумайте размещение фотозоны в наиболее освещенном месте, подумайте, что сделать с темными неприветливыми холлами (поставить плазму и крутить яркие клипы?).

7. Сколько электронных носителей на площадке? Где они размещены? для них необходим контент.

С помощью электронных носителей вы можете решить множество задач – навигация, объявления, представление спонсоров, продажа ваших решений – причем решать все эти задачи можно на одном носителе попеременно в отличие, например, от стационарного баннера.

А с точки зрения дизайна – это еще и дополнительное освещение для тусклых пространств, возможность за счет света и динамики на экране отвлечь внимание от остального неприглядного пространства, и, конечно, капелька вашего цвета и стиля.



Поэтому заранее узнайте обо всех экранах в помещении и подготовьте для них соответствующий контент, а при необходимости - предусмотрите аренду дополнительных.

8. Стиль кофе-брейков

Обратите внимание в первую очередь на цвет. Бумажные салфетки, упаковки сладостей и напитков, фрукты, цветы – это то, на что мы можем и должны повлиять. Так давайте при прочих равных выбирать наши фирменные цвета – это еще и способ добавить декора тогда, когда у нас нет на него достаточно денег.



Яркие конфеты на плоской тарелке или мандарины в высокой прозрачной вазе? Это ваши цвета и формы в пространстве. Не допускайте случайностей даже в мелочах – прямо сейчас впишите в типовое ТЗ на кофе-брейк допустимые цвета салфеток и да пребудет с вами стиль.

9. На каких этапах пути посетителя необходима навигация?

Пошагово - где именно - внутри помещения и на улице. Пройдите дорогой посетителя и обозначьте на плане развилки, повороты и т.д. – всё, где у участника есть возможность свернуть не туда.



Опишите подробный путь от остановки, приложите фото нужного входа, нарисуйте подробную схему помещений с указанием всех точек активностей – это для тех, кто хорошо ориентируется по картам. Остальные все равно нуждаются в навигации на местности, в цепочке указателей, а не просто «Кофе-брейк-туда».

10. Фотогеничность мероприятия

На что обратить внимание? Как минимум на то, что чаще всего попадает в кадр. А ведь бытует присказка среди пиарщиков – мероприятия может и не быть, но фотографии с него быть обязаны.

- Как спикер поведет себя на сцене – будет стоять за кафедрой или расхаживать по сцене или пойдет в зал – непредсказуемо. Поэтому подумайте, как будете ловить его в кадр и что еще на него попадет.

- Как поведет себя нанятый фотограф? На каком фоне сфотографирует спикера? Или там будет правильный логотип? Что написано на кафедре или президиуме? Какие микрофоны вы приготовили?

- Оформите зал для фотографий, подтверждающих хорошую явку, то есть для фото со стороны сцены. Например, поставьте на заднем ряду ролл-апы с символикой мероприятия – чтобы они попали на все фотографии.



Микрофон – лучший носитель стиля для фото спикера или вопросов из зала – добавьте на него «кубик» с вашим лого! И обязательно уберите из возможного кадра, прикройте или замаскируйте весь хлам. Типовые вредители – горшки с пыльными цветами, спутанные провода, выцветшие кулисы, сморщенные флаги и тому подобное.

Чек-лист подготовлен вместе
с друзьями Event LIVE
Еленой Конвисар и ЕХРОшколой



**ПОДПИСАТЬСЯ НА
НОВОСТИ Event LIVE**