



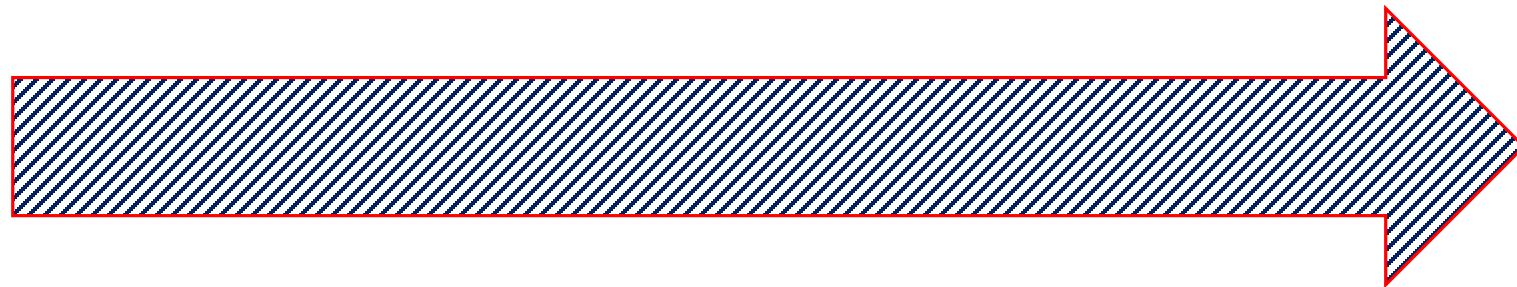
ШАБЛОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ НЕШАБЛОННЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

**МАСТЕР-КЛАСС
БОЙЦОВА ЮЛИЯ**

8 АПРЕЛЯ, 2016 / МОСКВА

**НАСКОЛЬКО ВЫ ОБЫЧНО УДОВЛЕТВОРЕНЫ КАЧЕСТВОМ
МЕРОПРИЯТИЙ, КОТОРЫЕ ПОСЕТИЛИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ
ПОЛ ГОДА?**

**НЕ
УДОВЛЕТВОРЕН**



**ПОЛНОСТЬЮ
УДОВЛЕТВОРЕН**

ЛЮБОЙ ИВЕНТ ЭТО ПРОЕКТ.

В ЛЮБОМ ПРОЕКТЕ ЕСТЬ:

- ✓ **СПОНСОР/ЗАКАЗЧИК**
- ✓ **РУКОВОДИТЕЛЬ ПРОЕКТА**
- ✓ **ПРОЕКТНАЯ КОМАНДА**

ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ КОНЦЕПТА ИВЕНТА



ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРОВ*

*СТЕЙКХОЛДЕР (ОТ АНГЛ. STAKEHOLDER) – ЗАИНТЕРЕСОВАННОЕ ЛИЦО

		УРОВЕНЬ ИНТЕРЕСА	
		НИЗКИЙ	ВЫСОКИЙ
ВЛАСТЬ	СЛАБАЯ	А	В
	ВЫСОКАЯ	С	В

1. СОСТАВЬТЕ СПИСОК ВСЕХ ВОЗМОЖНЫХ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ В ПРОЕКТЕ СТОРОН. ЗАПИШИТЕ ИХ НАЗВАНИЯ НА КАРТОЧКАХ/СТИКЕРАХ.
2. ОБСУЖДАЯ С КОМАНДОЙ, РАЗМЕСТИТЕ КАЖДОЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОЕ ЛИЦО НА МАТРИЦЕ ВЛАСТЬ/ИНТЕРЕС.
3. ПРОВЕРЬТЕ ЕЩЕ РАЗ НЕ ЗАБЫЛИ ЛИ КАКОЕ-ТО НЕ ОЧЕВИДНОЕ ЗАИНТЕРЕСОВАННОЕ ЛИЦО ВКЛЮЧИТЬ В СПИСОК?
4. СОВМЕСТНО РЕШИТЕ (НАПРИМЕР, ЧЕРЕЗ ГОЛОСОВАНИЕ), КАКИЕ ИЗ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН ЯВЛЯЮТСЯ САМЫМИ ВАЖНЫМИ И ВАМ НУЖНО БУДЕТ ИМЕННО ИХ МАКСИМАЛЬНО УДОВЛЕТВОРИТЬ НА СОБЫТИИ.

ОПИСАНИЕ СТЕЙКХОЛДЕРОВ



1. ДЛЯ КАЖДОГО ИЗ ТОП-СТЕЙКОЛДЕРОВ ПРИГОТОВЬТЕ ШАБЛОН «КАРТА ЭМПАТИИ» И КЛЕЙКИЕ СТИКЕРЫ.
2. ПОПРОСИТЕ КОМАНДУ ЗАПОЛНИТЬ НА КАЖДОГО СТЕЙКХОЛДЕРА 2 ШАБЛОНА – ТО, КАК СТЕЙКХОЛДЕР ВЕДЕТ СЕБЯ ОБЫЧНО И КАК МЫ ПРЕДСТАВЛЯЕМ ОН ДОЛЖЕН ВЕСТИ СЕБЯ ПОСЛЕ МЕРОПРИЯТИЯ.
3. В РЕЖИМЕ «ВЕРТУШКИ» ПОПРОСИТЕ КОМАНДУ ОЦЕНИТЬ ОПИСАНИЕ КАЖДОГО СТЕЙКХОЛДЕРА, ПРОСТАВИТЬ «ВОПРОСЫ» И «МОЛНИИ».
4. ОБСУДИТЕ ВСЕ «ВОПРОСЫ» И «МОЛНИИ».

СОЗДАНИЕ КАНВЫ СОБЫТИЯ

#EventCanvas

Название мероприятия: _____

Заинтересованная сторона: _____

Создано для: _____

Автор: _____

день _____ месяц _____ год _____

версия _____

<p>"боль"</p> <p>Какие у него/нее страхи, переживания, притеснения? От чего он/она может чувствовать себя дискомфортно?</p>	<p>Отдает</p> <p>Чем ему/ей придется пожертвовать, чтобы посетить мероприятие (время, сопутствующие затраты, пойти на компромисс)? От чего ему/ей придется отказаться, куда не пойти и что пропустить, чтобы посетить мероприятие?</p>	<p>в обмен на</p> <p>Что у него/нее останется после мероприятия? Что он/она ожидает в обмен на посещение мероприятия?</p>	<p>выгода</p> <p>Что он/она хочет в чем-то получить, о чем мечтает? Какие выгоды он/она ищет?</p>
<p>поведение на входе</p> <p>до мероприятия</p> <p>Как бы вы описали его/ее последние сейчас? Какими он/она обладает сейчас навыками, знаниями, опытом, умениями? Что он/она говорит и делает? Как он/она ведет себя по отношению к другим? Как он/она ведет себя на публике?</p>	<p>Получение опыта</p> <p>Через какие хронологические этапы ему/ей необходимо пройти во время мероприятия, до и после мероприятия? Как и в какие моменты вы могли бы предоставить его/ее сведения? Какие моменты самые важные или определяющие все мероприятие?</p>		<p>поведение на выходе</p> <p>В результате мероприятия: Какие новые знания, умения, навыки, отношения у него/нее появились? Как он/она ведет себя на публике? Как бы вы описали его/ее внешней вид? Что он/она теперь говорит и делает по-другому?</p>
<p>задачи к исполнению</p> <p>Что это заинтересованное лицо стремится добиться? Задача, которую он/она пытается выполнить, проблема, которую он/она пытается решить, которую он/она пытается решить потребности, которые он/она пытается удовлетворить? Что ожидается в его/ее плане действий?</p>	<p>Обещание</p> <p>Какую ценность несет мероприятие для заинтересованного лица? Почему заинтересованное лицо должно участвовать? Как это мероприятие решает задачи заинтересованного лица? Насколько обещание снижает его/ее "боль" и позволяет приблизиться к его/ее цели?</p>		
<p>ожидания</p> <p>Ожидание связано с традиционным опытом, услугами, социальными медиа и рекламными сообщениями.</p>	<p>затраты</p> <p>Какие у заинтересованной стороны могут возникнуть постоянные и не постоянные издержки, связанные с мероприятием?</p>	<p>доходы</p> <p>Какие будут возникать денежные потоки в связи с мероприятием для заинтересованной стороны?</p>	<p>удовлетворенность</p> <p>Что он/она расскажет другим? Как он/она будет оценивать свой опыт?</p>

eventmodelgeneration.com

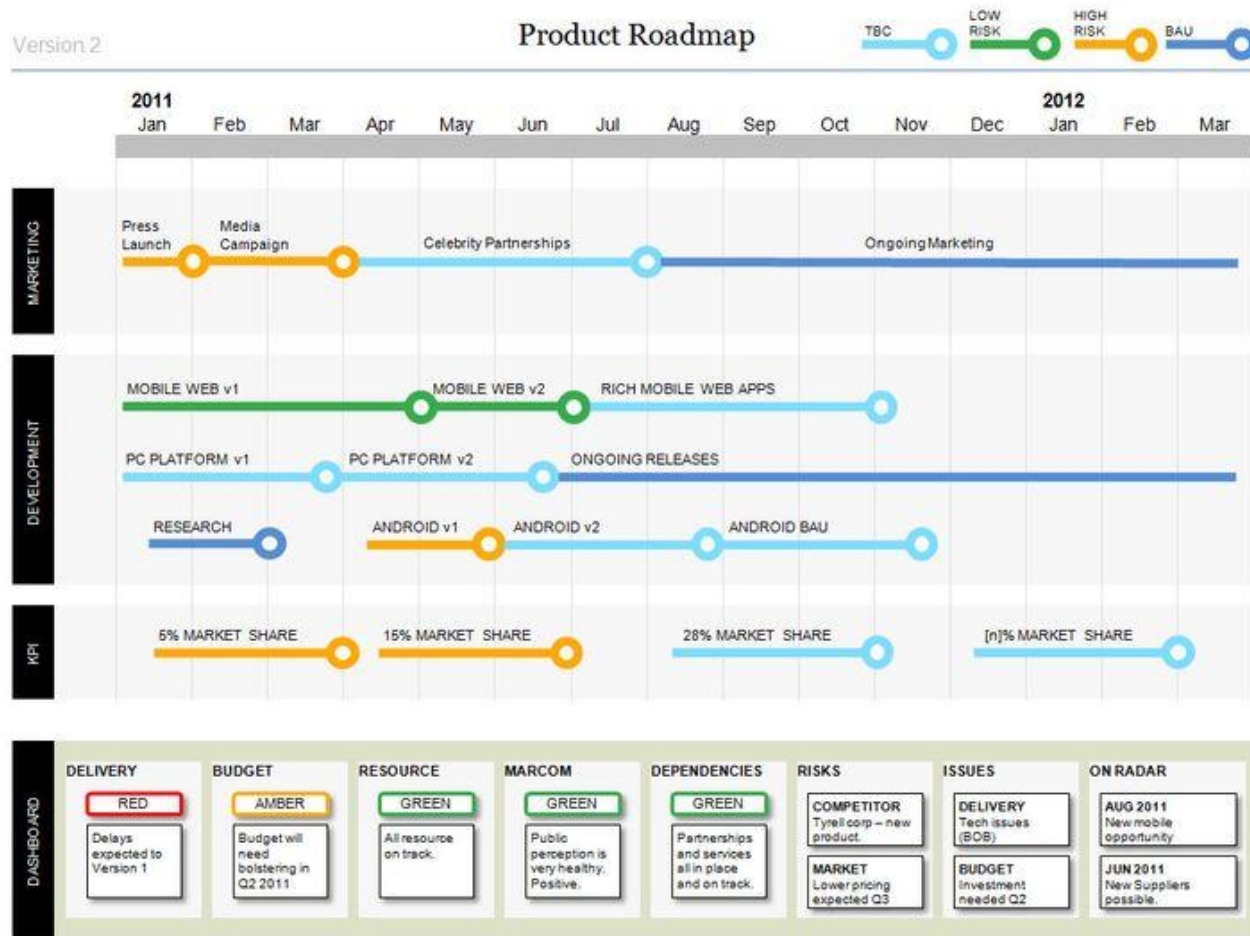
Event Canvas (шаблон мероприятия), авторы Руд Янсен и Ровель Фриксен (перевод на русский - Бойковой Ю.М.) находится в рамках Международной лицензии Creative Commons для некоммерческого и личного использования 4.0. Обратите внимание, что Шаблон мероприятия можно использовать только в личных не коммерческих целях. С целью коммерческого использования #EventCanvas, использования онлайна и получения поддержки пожалуйста ознакомьтесь с соответствующими тарифными опциями на сайте <http://www.eventmodelgeneration.com/pricing/>. Описание условий использования материала по этой лицензии доступно здесь <http://www.eventmodelgeneration.com/creativecommons/>.

#EventCanvas версия 20150209

CC BY NC ND

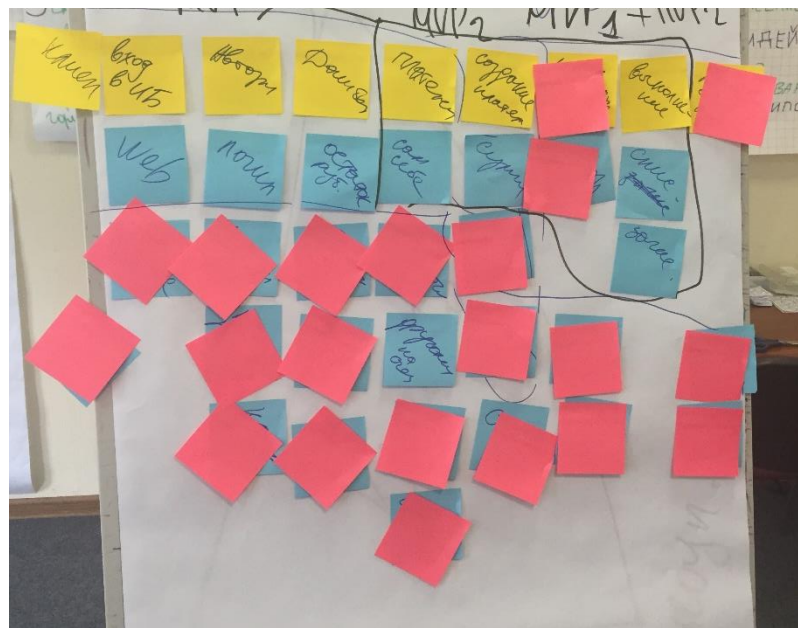
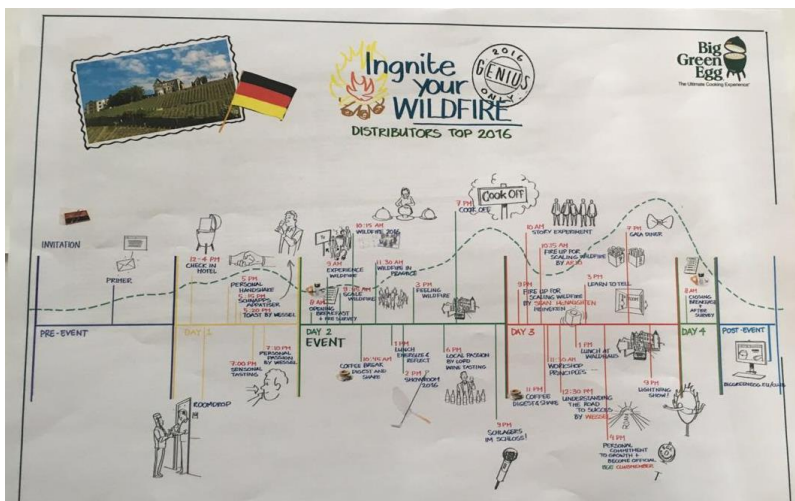
1. ДЛЯ КАЖДОГО ИЗ ТОП-СТЕЙКОЛДЕРОВ ПРИГОТОВЬТЕ ШАБЛОН «ШАБЛОН МЕРОПРИЯТИЯ» И КЛЕЙКИЕ СТИКЕРЫ.
2. ПОПРОСИТЕ КОМАНДУ ЗАПОЛНИТЬ НА КАЖДОГО СТЕЙКХОЛДЕРА ОТДЕЛЬНЫЙ ШАБЛОН.
3. В РЕЖИМЕ «ВЕРТУШКИ» ПОПРОСИТЕ КОМАНДУ ОЦЕНИТЬ ОПИСАНИЕ КАЖДОГО СТЕЙКХОЛДЕРА, ПРОСТАВИТЬ «ВОПРОСЫ» И «МОЛНИИ».
4. ОБСУДИТЕ ВСЕ «ВОПРОСЫ» И «МОЛНИИ».
5. СОЗДАЙТЕ ОДИН ОБЩИЙ ШАБЛОН, НА КОТОРОМ СОБЕРИТЕ ВСЕ ИДЕИ ИЗ «ВНЕШНЕГО КРУГА».
6. ОБСУДИТЕ, ЧТО ВЫ ВИДИТЕ

ПРОТОТИПИРУЙТЕ ПУТЬ СТЕЙКХОЛДЕРА

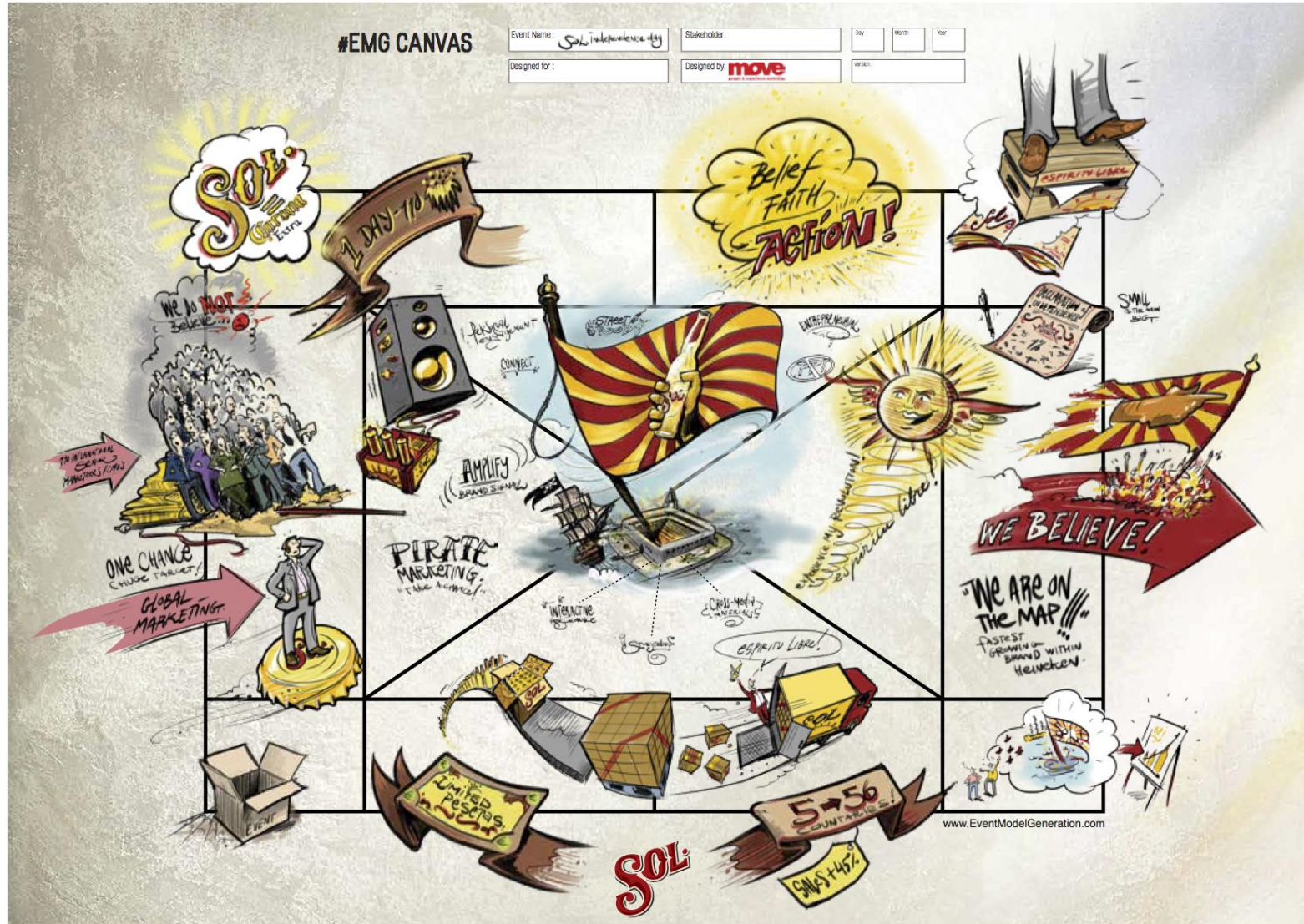


1. СОЗДАЙТЕ ОБЩУЮ ЛИНИЮ ВРЕМЕНИ. ОТМЕТЬТЕ ОСНОВНЫЕ ВЕХИ ПРОЕКТА.
2. ОПИШИТЕ КАЖДЫЙ ЭТАП, ЧТО БУДЕТ ДЕЛАТЬ СТЕЙКОЛДЕР, ЧЕМУ ОН ДОЛЖЕН НАУЧИТЬСЯ, ВОЗМОЖНЫЕ ПРОБЛЕМЫ/ТРУДНОСТИ
3. СОЗДАЙТЕ НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ ПУТИ. ВЫБЕРИТЕ САМЫЙ ЛУЧШИЙ.
4. ЗАПЛАНИРУЙТЕ ВСТРЕЧУ ПО НАПИСАНИЮ ДЕТАЛЬНОГО СЦЕНАРИЯ СОБЫТИЯ.

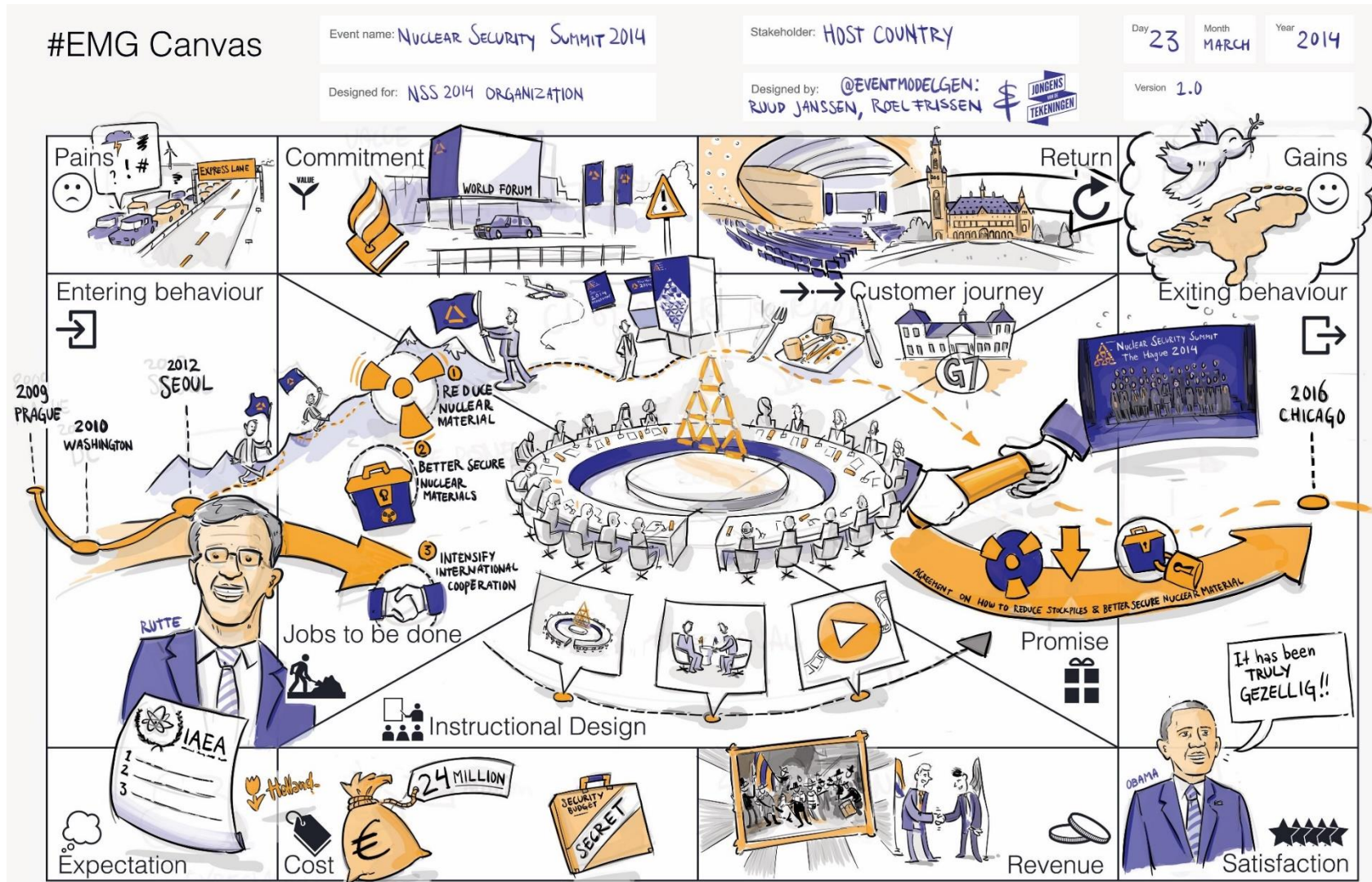
ПРОТОТИПИРУЙТЕ ПУТЬ СТЕЙКХОЛДЕРА



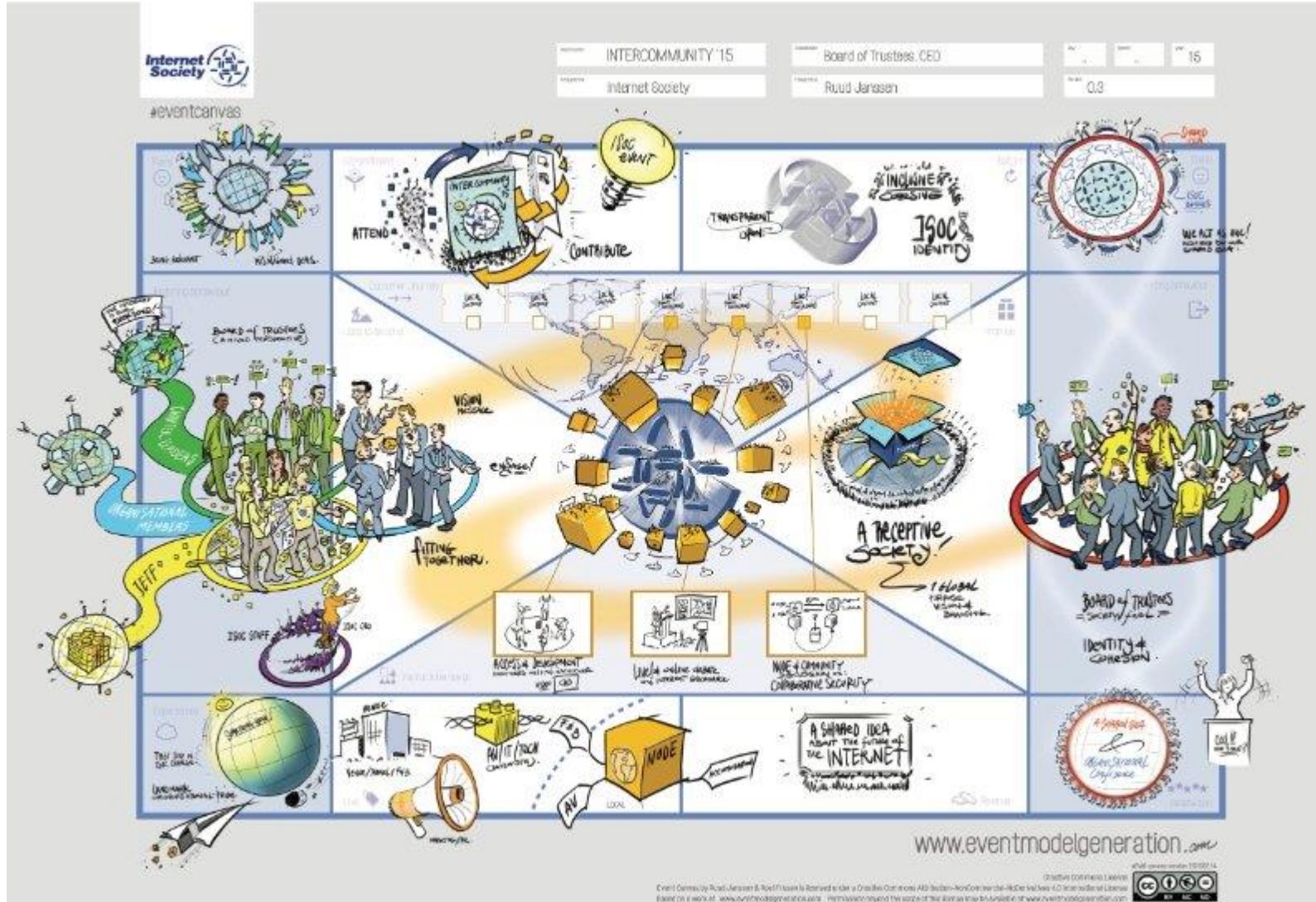
СОЗДАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА



СОЗДАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА



СОЗДАНИЕ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА



EVENT CANVAS: АВТОРЫ



**РУД ЯНСЕН, ШВЕЙЦАРИЯ
(RUUD JANSEN)**



**РОЕЛ ФРИССЕН, НИДЕРЛАНДЫ
(ROEL FRISSEN)**

[HTTP://WWW.EVENTMODELGENERATION.COM/](http://www.eventmodelgeneration.com/)