ДЛЯ ОРГАНИЗАТОРОВ МЕРОПРИЯТИЙ

Таймлайн *подготовки* мероприятия

Что делать и когда, чтобы продажи шли равномерно, а в день события не пришлось ничего решать в спешке. Сроки — для мероприятия на 100–500 участников.

3 месяца — Концепция и площадка

Дата, место, формат, бюджет. Список спикеров и программа в общих чертах. Тарифы билетов и что в них входит.

2,5 месяца — Старт продаж

Страница мероприятия, онлайн-оплата и документы готовы. Открыть ранние цены с понятным сроком окончания. Приём заявок от маркета и спонсоров.

2 месяца — Продвижение

Анонсы спикеров, промокоды для партнёров и блогеров, программа «Приведи подругу». Фото и отзывы прошлых событий на сайте.

1 месяц — Партнёры и детали

Собрать логотипы, тексты и реквизиты партнёров. Утвердить программу по минутам. Повышение цены — повод для волны продаж.

2 недели — Логистика

Схема площадки и стендов, печать, подарки участникам, дипломы. Назначить ответственных за вход, маркет и спикеров.

1 неделя — Напоминания участникам

Письмо с адресом, временем и дресс-кодом. Проверить, что все купившие оформили билеты. Последняя волна продаж.

1 день — Генеральная проверка

Напоминание участникам. Телефоны контролёров со сканером QR-кодов. Список участников на случай, если у кого-то не откроется билет.

День события — Вход и проведение

Проверка билетов по QR-коду, регистрация, фото и видео. Отмечайте, кто пришёл, — это пригодится для дипломов и аналитики.

1–3 дня после — После мероприятия

Спасибо-письмо, дипломы, просьба оставить отзыв, фото «Как это было». Анонс следующего события — лучшее время для новых продаж.