

# DOBRODOŠLI

v svetu dogodkov, proslav, svečanosti, obletnic, partyjev, žurov, zabav, tiskovk, predstavitev, konferenc, festivalov, seminarjev, tekmovanj, simpozijev, happeningov.

Dobrodošli v svetu prirediteljev.

Ponosno vam predstavljamo blagovno znamko One2One events podjetja Futuristični marketing d.o.o., s katero snujemo, pripravljamo in izvajamo paleto dogodkov za široko ali natančno izbrano ciljno javnost. Z dogodki, ki nadgrajujejo tržno strategijo, predstavljamo blagovne znamke in soustvarjamo njihove zgodbe.

Vstopite z nami v svet, kjer vaša blagovna znamka zaživi v novi luči. Postane bolj prepoznavna, bolj popularna, bolj ugledna, bolj zanimiva, bolj privlačna, bolj drugačna in bolj diferencirana od konkurence. Boljša v vseh pogledih.

Zagotavljamo dvig lojalnosti porabnikov in posledično dvig prodaje. Temu sledi še vrsta drugih pozitivnih učinkov, ki blagovni znamki dvigujejo in dodajajo vrednost. Zagotavljamo najvišjo raven kakovosti. Zagotavljamo kreativnost, domišljeno pripravo in vrhunsko izvedbo. Zagotavljamo korektnost, ki nas postavlja na zemljevid odlične prakse partnerskih odnosov. Zagotavljamo opaznost blagovne znamke preko nekonvencionalnih in inovativnih medijskih kanalov. Zagotavljamo tisto, kar vemo, znamo in smo.

Izkušnje, vizija, vrhunska izvedba, reference. Ekipa One2One events je moštvo odličnih posameznikov, ki vemo, kaj hočemo. Znanje in izkušnje smo soustvarili skozi več kot 500 lastnih dogodkov in naročenih prirediteljev. Združujejo nas želja po kakovosti, visoka motiviranost, ustvarjalnost in zadovoljstvo z opravljenim delom.

Pred vami je hiter pregled prireditvenega marketinga, ki smo ga izdelali v želji po kakovostnem sodelovanju z naročniki. Popeljali vas bomo skozi svet dogodkov, ki vaši blagovni znamki zagotavlja uspeh, prihodnost, zaokroženo celoto. In ko prireditveni marketing združimo s spretno promocijo, je to formula, ki obstoječemu ali potencialnemu porabniku postreže s pozitivno izkušnjo blagovne znamke in krepi njeno vrednost.

**Pravilen odgovor se glasi: One2One events.**

Srečno!

Ekipa One2One events



## PRIREDITVENI MARKETING

Opredelitev **3**

Praksa v tujini in doma **6**

Slovenija – raziskava trga **12**

## ZNAMKA: ONE 2 ONE EVENTS

Osebna izkaznica **17**

Pogled-filozofija-vodilo **20**

Dnevni menu **23**

Zgrabite priložnost **26**

Futuristični marketing s prijatelji **28**

## PRIREDITVENI MARKETING

**OPREDELITEV** srečanje.

Prireditveni marketing postaja v svetu vse bolj razširjena dejavnost odnosov z javnostmi, ki se je ponekod že razvila v pravo **industrijo**. Dogodki postajajo vse bolj pomemben del tržnokomunikacijskega spleta, saj so odlično orodje promocije, ki v poplavi različnih oblik oglaševanja zagotavlja svež in nevsiljiv pristop ciljnim javnostim. Prireditveni marketing je učinkovit element celovitega marketinškega spleta in ne obljublja nadomestitve oglaševanja, temveč doseganje specifične ciljne publike in ustvarjanje čustvene navezanosti na vaš produkt.

Prirejanje dogodkov pomeni načrtovanje, ustvarjanje, organiziranje, upravljanje ter izvajanje pomembnega tržnocomunikacijskega orodja, katerega osnovni namen je srečanje ljudi. Gostje na enem mestu izmenjujejo ideje, izkušnje, poglede in prav to posredno pripomore k boljšim poslovnim rezultatom. Z dogodki podjetje ustvarja pozitivne informacije o sebi, s čimer usmerja pozornost nase in na svoje produkte.

Dogodki so del celostne komunikacijske strategije podjetja oziroma organizacije, zato naj odražajo njegovo vizijo in poslanstvo. Zanimivo je, da si udeleženci dogodka

vedno bolj zapomnijo družabni kot pa vsebinski del dogodka, zato v ekipi One2One events družabnemu programu posvečamo še več časa, truda, energije in pozornosti.

Prireditve imajo tri glavne značilnosti: ciljno usmerjenost, časovno omejenost in neponovljivost. Zelo pomemben pa je tudi njihov posredni učinek: udeleženci dobro organizirane prireditve namreč odidejo domov kot dobronamerni poslanci, ki s svojim

vplivom na domače okolje pod vtisom prireditve posredno in trajno oblikujejo podobo podjetja oziroma blagovne znamke, ki so jo doživeli. Zanimiv in kakovosten dogodek pa lahko generira tudi pozitivno publiciteto, saj objavljeni članki v medijih pritegnejo pozornost na blagovno znamko, izdelek, osebo ali podjetje.



## PRAKSA V TUJINI IN DOMA vzpon.



Ameriške študije kažejo, da se podjetja, ki so v zadnjih desetih letih vlagala v prireditveni marketing, bolje znajdejo na trgu, bolje obvladujejo svoj tržni delež in so bolj prepoznavna od ostalih, ki v ta način tržnega komuniciranja niso vlagala. V zahodnoevropskih in ameriških podjetjih je izobraževanje internih marketinških sektorjev v te namene že ustaljena praksa. Sredstva, ki so porabljena za organiziranje celostne oblike vseh zunanjih prireditev posameznega podjetja, se odlivajo v več tisočih evrov in so dokazano vedno povrnjena z večjo prepoznavnostjo blagovnih znamk in posledično z večjo prodajo. Raziskava ameriških podjetij je pokazala, da ta prireditvenemu marketingu namenjajo okoli 25 % svojega marketinškega proračuna (v letu 2003 le 15 %) in da proračuni še naraščajo.

Primeri dobre prakse odličnih blagovnih znamk:

**MICROSOFT** kot vodilni ponudnik računalniške programske opreme je izjemno prepoznaven v načinih oglaševanja, pogostosti dogodkov, prireditvah, seminarjev, konferenc in spremljevalnih storitev pri prireditvah.

**NIKE** sodi med najbolj prepoznavne blagovne znamke na področju športne opreme, saj je vključen v številna sponzorska dogajanja in prireditve, vrhunsko skrbi za svojo podobo in servisira medijsko zanimive, vrhunske, udarne športnike.

**COCA-COLA** je zaradi nenehnega prireditvenega investiranja in oglaševanja blagovne znamke preko mnogih tržnokomunikacijskih kanalov najbolj prepoznavna pijača na svetu. Blagovna znamka je prisotna na mnogih dogodkih iz sveta zabave ter na prireditvah z drugih področij, zato je izjemen primer pozitivnega vpliva prireditvenega marketinga na blagovno znamko.

**NOKIA** se poslužuje predvsem glasbenih in športnih prireditev. S svojim spremljevalnim marketinškim programom postavlja smernice uporabe mobilnikov in vpliva na visoko stopnjo prepoznavnosti blagovne znamke.



Pojavljanje evropskih trendov in višja raven konkurence predvsem na mednarodni ravni tudi v Sloveniji sili podjetja v oblikovanje dodane vrednosti blagovne znamke v očeh porabnikov.



Novi trendi postavljajo dogodke na sam vrh izbire promocijskih aktivnosti blagovne znamke. Jasno je, da sponzorstva omogočajo večjo pojavnost v različnih medijih, ne le na sponzoriranem dogodku, temveč tudi kasneje v obliki odnosov z javnostmi in so izvrsten način za povečanje ugleda blagovne znamke oziroma dobrega imena podjetja. Sočasno si podjetje veča lojalnost kupcev ter vzbudi zaupanje v očeh porabnikov.

Pri nas se večina podjetij s prireditvenim marketingom šele seznanja, a v njem že prepozna ključne dejavnike za uspeh svoje blagovne znamke. Vse bolj je prepoznano, da z družbeno usmerjenimi dogodki uspešno dosežejo širšo javnost, si na ta način povečujejo ugled in prepoznavnost blagovne znamke, s specifičnimi dogodki, namenjenimi ožji ciljni publiko, pa sporočilo posredujejo posameznim skupinam porabnikov, ki jih s konvencionalnimi metodami tržnega komuniciranja ne dosežejo. Podjetja se večinoma odločajo za izvedbo dogodka »na ključ« in ne po posameznih delih prireditve.

Prireditveni marketing v Sloveniji je v največji meri prisoten v naslednjih dejavnostih:

**Trgovske družbe:**

zahvaljujoč dogodkom so trgovci nakupovanju dodali pridih zabave in druženja. Porabnikom obisk trgovskega središča ponuja možnost za zabavo, pridobivanje novih informacij in možnost ugodnejših nakupov v prijetnem okolju. Na ta način so sicer za marsikoga stresno in nepriljubljeno opravilo spremenili v prijetno prostočasno dejavnost, kar pa ni prednost le za kupca, temveč predvsem za trgovca – porabnik se namreč vse pogosteje odpravlja



po nakupih, tudi kadar s seboj nima dolgega nakupovalnega seznama, temveč ga vodi le želja po druženju oziroma preživljanju prostega časa v prijetnem okolju. Koncerti glasbenih skupin, družabni animacijski programi, nagradna žrebanja, plesni nastopi, športni dogodki ter posebne animacije za otroke se večinoma končajo s polnimi rokami nakupovalnih vrečk, s čimer je cilj trgovcev dosežen.

**Mobilni operaterji** se skušajo s prireditvenim marketingom približati specifičnim ciljnim skupinam, ki jih s konvencionalnimi mediji težje dosežejo. Dogodki pa jim nudijo možnost, da se ozko usmerijo le na posamezno ciljno publiko, ki ji želijo posredovati določeno sporočilo. Izkušnje na slovenskem trgu kažejo, da so npr. donatorski dogodki zelo uspešen način osveščanja mladih o odgovornosti in skrbi za vrstnike. Večji slovenski mobilni operater je že leta sponzor različnih avantgardnih plesoelektronskih projektov, hkrati gre tudi za sponzorstvo različnih kulturnih, športnih in izobraževalnih projektov za mlade. Ciljni skupini se z dogodki uspešno približajo, jim »zlezejo pod kožo« in si na ta način širijo skupino zadovoljnih uporabnikov.

**Farmacevtske družbe** v največji meri organizirajo izobraževalne dogodke, kot so konference, simpoziji, predstavitve na sejmih. Gre torej za dogodke, namenjene ožji ciljni skupini in strokovni javnosti. Vse pogosteje pa s ciljno skupino komunicirajo tudi preko sponzorstev različnih športnih in glasbenih dogodkov ter s podpiranjem športnih klubov, s čimer poudarjajo pomen zdravega življenja. Z visoko frekvenco pojavljanja na tovrstnih prireditvah si podjetje lahko zgradi visoko prepoznavnost ter ugled in vizijo kakovosti v očeh kupcev.

**Zavarovalne družbe** so že leta prisotne na področju športnih dogodkov, ki jih podpirajo s sponzorstvi. S prisotnostjo na dogodkih posredno komunicirajo s ciljno skupino, obenem pa dvigujejo ugled in dobro ime podjetja, kar zagotovo pozitivno vpliva na uspešnost poslovanja.

**Avtomobilska industrija** se dogodkov večinoma poslužuje kot komunikacijskega orodja ob lansiranju novih modelov na trg, sporočilo pa še bolj uspešno doseže ciljno skupino porabnikov z organizacijo dogodkov, od glasbeno obarvanih do športnih, saj gre v tem primeru za posredno komunikacijo in zato za prikrito oglaševanje. Naj gre za koncert znane glasbene skupine ali adrenalinsko hitrostno »rally« preizkušnjo, kupci bodo blagovno znamko po doživetem dogodku zagotovo videli v drugačni, lepši, bolj pozitivni luči.



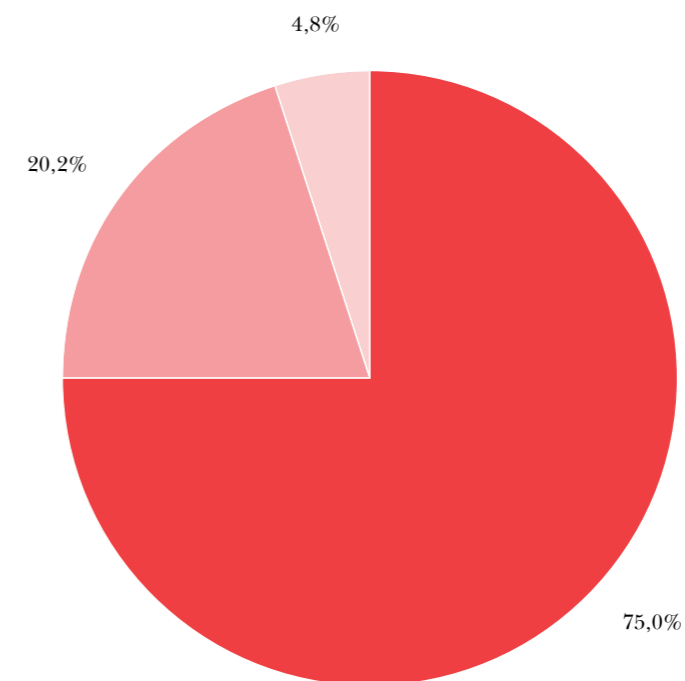
## SLOVENIJA - RAZISKAVA TRGA scena.

Spletno raziskavo je pripravil Marketing Magazin v sodelovanju s podjetjem Aragon, decembra 2006. Povzetek raziskave je objavljen v reviji Marketing Magazin, januar 2007. Celotno raziskavo pa si lahko ogledate na spletni strani [www.futuristing.com](http://www.futuristing.com). V raziskavi so sodelovali posamezniki s področja marketinga, tako s strani naročnikov kot oglaševalskih agencij.

Kakšno je stanje na slovenskem trgu? V splošnem lahko rečemo, da trg dogodke vse bolj prepozna kot učinkovito tržnokomunikacijsko orodje in jih tudi v vse večji meri uporablja. Večina vprašanih, ki dogodke pozna, je informacije o možnostih uporabe dogodka našla sama in dobrih 60 % med njimi jih meni, da o prireditvenem marketingu ni dovolj dobro informiranih in bi želeli vedeti več. Tisti, ki dogodke poznajo in v njih prepoznajo prednosti, v veliki večini navajajo glavno prednost neposrednega kontakta in dvosmerne komunikacije s ciljno skupino. Osebni kontakt prinaša povratne informacije in omogoča dialog. A to je le nekaj namigov o stanju na področju prireditvenega marketinga v Sloveniji.

Iz raziskave smo izbrali nekaj podatkov, ki predstavljajo splošni vtis o stanju prireditvenega marketinga v Sloveniji:

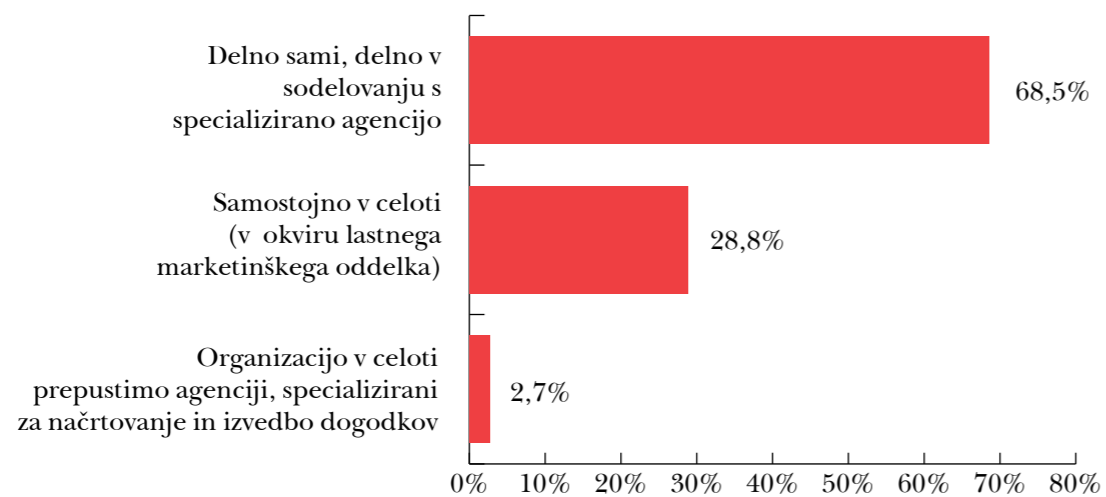
Ali poznate dogodke kot del tržnokomunikacijskega spleta?



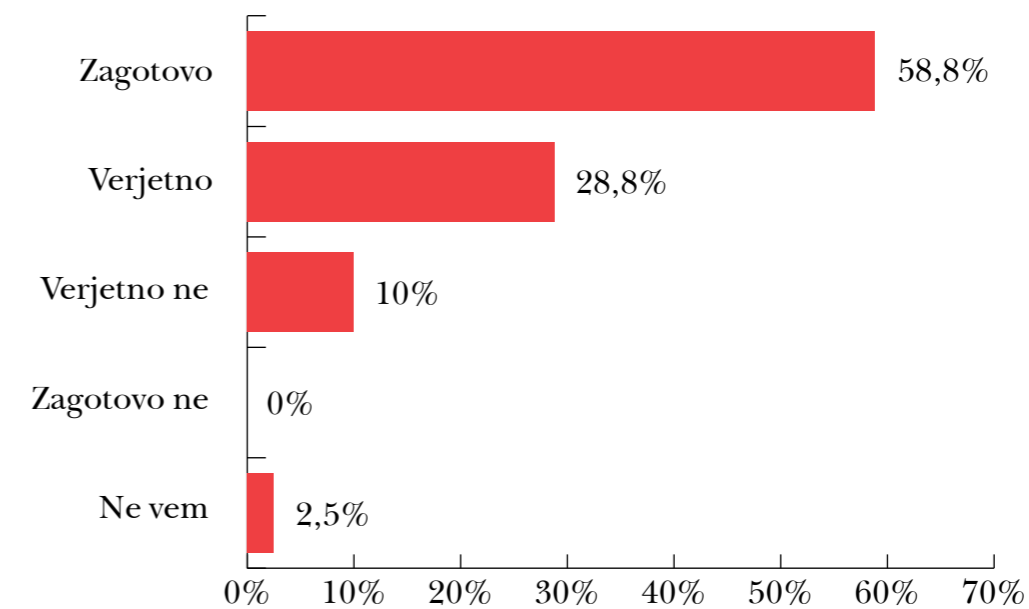
■ Da, poznam in uporabljam ta medij   ■ Da, poznam vendar tega medija ne uporabljam   ■ Ne poznam

Na kakšen način organizirate dogodke?

Odgovarjajo tisti, ki so v zadnjem letu uporabili dogodke kot tržnocomunikacijske kanale.



Ali nameravate v prihodnosti uporabiti dogodek kot tržnocomunikacijski medij?



Kratek povzetek dognanj celotne raziskave:

- Na slovenskem trgu ni dovolj informacij o prireditvenem marketingu, večina vprašanih pa se o tem načinu komuniciranja želi informirati.
- Pomanjkanje informacij o prireditvenem marketingu vpliva na slabo prepoznavanje prednosti in koristi uporabe dogodkov, kar pomeni slabo zavedanje o učinkovitosti dogodkov.
- Dve tretjini obstoječih uporabnikov dogodkov te prireja v sodelovanju s specializirano agencijo predvsem zaradi pomanjkanja časa in ker bolj zaupajo strokovni izvedbi specializiranega izvajalca.
- Skoraj 80 % vprašanih bi se odločilo za organizacijo dogodka, v kolikor bi jim dober izvajalec ponudil kreativno idejo in jim zagotovil, da je sposoben idejo implementirati.
- Med najbolj prepoznavnimi agencijami za izvedbo dogodkov se na prvih petih mestih pojavljajo imena: Futuristični marketing, Pristop, TNT Events, Luna/TBWA, Futura.



## **ZNAMKA: ONE 2 ONE EVENTS**

**OSEBNA IZKAZNICA** profil.

*Podjetje Futuristični marketing d.o.o. je agencija za trženje, tržno komuniciranje in razvoj ter izvedbo sodobnih marketinških rešitev, ki deluje že od začetka devetdesetih let.* Uporaba kreativnih marketinških rešitev v vse hitrejšem, vse manjšem in tehnološko razvitem svetu je lahko ena izmed bistvenih konkurenčnih prednosti trženjsko usmerjenih subjektov. Porabnik se danes ob poplavi oglasnih sporočil težko znajde v množici blagovnih znamk in ponujenih priložnosti, saj je ves čas izpostavljen vse večjemu številu dražljajev, ki ga spremljajo na vsakem koraku.



Diferenciacija blagovne znamke je zato izjemnega pomena za ustvarjanje dodane vrednosti v percepciji porabnika. Futuristični marketing d.o.o. z domišljenimi konvencionalnimi in nekonvencionalnimi metodami pristopa k ciljni skupini, ki jo z vrhunsko izvedbo aktivnosti na ustrezen način približa blagovni znamki.

Ena izmed metod je prireditveni marketing, ki ga izvajamo pod blagovno znamko One2One events. Ekipa One2One

events stremi k dovršeni organizaciji in izvedbi z enim samim razlogom: zadovoljen porabnik – zadovoljen naročnik. Zavedamo se pomembnosti sinhronizacije konceptov s ciljnim skupinami, usklajenosti programa prireditev s scenografijo in spremljevalnimi dejavnostmi, uporabe novih tehnoloških rešitev, kakovostnega osebja in vseh ostalih dejavnikov, ki so bistvenega pomena za uspešno izvedbo prireditev ter zadovoljstvo vseh prisotnih.

## STORITVE.

- Celostna organizacija: od idejne zasnove do produkcije in komuniciranja z javnostmi.
- Programska zasnova: koncerti, interne zabave, modne revije, konference, predstavitve novih izdelkov, izobraževanja, sejmi itd.
- Oblikovanje, produkcija in distribucija promocijskega materiala za potrebe posameznega dogodka.

## POSLANSTVO.

- Učinkovita, kreativna in vrhunska organizacija prireditev na najvišji kakovostni ravni.
- Izpostavljanje blagovne znamke preko nekonvencionalnih načinov in najrazličnejših medijskih kanalov.
- Organizacija prireditve, ki je v skladu z željami naročnika in sočasno prilagojena ciljni publiki.

## VIZIJA.

- Postati vodilna organizacija na področju prireditvenega marketinga v jadranski regiji.
- Ohraniti vrhunski nivo opravljanja prireditvene dejavnosti na temelju kakovosti.

## CILJI.

- Organizacija enkratne, nepozabne prireditve na vseh področjih.
- Izpeljava popolne predstavitve vaše blagovne znamke, izdelka oziroma storitve.
- Združevanje idej ter kakovostno delovanje na vseh področjih prireditvenega marketinga.
- Nadgradnja vaših obstoječih načinov komuniciranja z novimi vsebinami za doseganje večje tržne učinkovitosti.

## NAČELA.

- Natančnost, kreativnost, iskanje inovativnih rešitev z odlično kakovostjo izvedbe.
- Fleksibilnost in prilagodljivost naročnikom ter dovezetnost za potrebe trga.



## POGLED-FILOZOFIJA-VODILO

znanje.

**Psihologija porabnikov opozarja na dejstvo, da lahko dogodek pomembno vpliva na porabnikove nakupne preference pri izbiri blagovnih znamk.** Ta dognanja

že sedaj uspešno uporabljajo podjetja v trgovini na drobno, kjer skušajo na porabnikovo nakupno izkušnjo vplivati z izbiro glasbe, vonja in temperature v prodajnem prostoru. S trženjem dogodkov pa lahko naredimo še korak naprej. S prireditvijo, ki jo namenite tako porabniku kot blagovni znamki, lahko ustvarite kupcu prijazno okolje, kjer se bo počutil prijetno in udobno, sočasno pa delujete nanj z vnaprej začrtanimi sporočili in dražljaji.

Dejstvo je, da je vse težje in dražje doseči ciljno publiko z želenim sporočilom. Zato je za uspešno tržno komuniciranje potrebno iskati nove načine, poti, medije, okolja. Z organizacijo dogodkov vam z ekipo One2One events ponujamo možnost preboja skozi vse večjo zasičenost z oglasi. Z dogodkom, ki ga priredimo, boste oblikovali intimnejše odnose s svojimi kupci, produktu pa dodali osebnost, kar ga bo v nadaljevanju ločilo od ostalih. In s tem gre z roko v roki tudi pozitivna publiciteta v medijih.

Dogodek je dvosmerna komunikacija podjetja z obstoječimi in potencialnimi porabniki, kot tudi s posredniki in širšo javnostjo, saj ves čas "dobavlja" povratne informacije. Če so dogodki v skladu s cilji tržnega komuniciranja lahko z njimi:

- informirate porabnike o novem izdelku, spremembi trženjskega spleta ali novi uporabi izdelka oziroma storitve,
- prepričate in gradite ugled podjetja, pridobite zaupanje ter pripadnost vaši znamki,
- spomnite na obstoj vašega izdelka ali storitve in
- spodbudite ciljno javnost k nakupu.

**Organiziranje dogodka lahko primerjamo z režiranjem filma ali rajši gledališke predstave v živo, saj mora biti vsaka malenkost vnaprej predvidena.** Vsak

dogodek zato načrtujemo do najmanjše podrobnosti, napisan scenarij mora biti izvedljiv in naša celotna ekipa sposobna izjemnega prilagajanja, da v primeru Murphyevega zakona reši situacijo, še preden jo lahko kdo opazi. Dogodek oblikujemo v skladu s celotno grafično podobo oziroma podobo po vaši meri.

Pri organizaciji dogodka smo odprti za ideje naročnika, ki lahko posamezen dogodek naredijo še bolj poseben in nepozaben. Osnovo za izhodišča dogodka predstavlja osnutek, v katerem naročnik opredeli svoje želje, zahteve in smernice za pripravo dogodka.



### One2One events v osnovne koncepte prireditve vključuje:

- opredelitev obiskovalcev od števila do namestitve,
- zasnovu programa od nastopajočih do pogostitve,
- tržnocomunikacijske aktivnosti in
- spremljevalne storitve (npr. prevozi, turistična ponudba, tehnična oprema...).

### One2One events pomeni obvladovanje dogodka v vseh fazah delovnega procesa:

- idejna zasnova,
- načrtovanje dogodka,
- promocija (vabljenje),
- priprava dogodka,
- izvedba dogodka,
- odnosi z javnostmi in poročilo o dogodku,
- izdelava spletnega mesta dogodka.



Z razširjeno ekipo strokovnih sodelavcev in z odprtim sodelovanjem z naročnikom zagotavljamo vrhunsko izvedbo dogodka. Ves čas smo na voljo za dodatna usklajevanja in prilagajanja, saj želimo ustreči željam in zahtevam naročnika.

### ONEVNI MENU pestro.

**Promocijske prireditve** in akcije so namenjene predstavitvi vašega novega produkta ali blagovne znamke v javnosti. Skupaj z vami izberemo medije, primerne za doseg opredeljene ciljne skupine, da dosežemo čim večjo prepoznavnost in stopnjo zaželenosti predstavljenega produkta oziroma blagovne znamke. Odločite se lahko za enkratni ali večkratni dogodek, na katerem lahko predstavite eno ali več blagovnih znamk s pomočjo degustacij, spremljevalnih nagradnih iger, možnosti izvedbe animacije in družabnega programa.

**Glasbene prireditve** so zabavni dogodki, ki zahtevajo visoko tehnično podporo. V sodelovanju z različnimi založbami in agencijami organiziramo glasbeno obarvane prireditve v obliki koncerta, najema DJ-a, klubske prireditve ali ustvarjalnega festivala, kjer se glasba preplete s športnimi, modnimi ali drugimi ustvarjalnimi vsebinami. Bogate izkušnje na tem področju smo si nabrali kot glavni organizatorji festivalov Meet Me, Eurora, Žur z razlogom, DiscoNautica, Kreativna Cona ipd. Visoke reference, močan odmev.

**Tiskovna konferenca** je dogodek, ki zahteva visoko stopnjo organizacije in močno medijsko podporo. Ključni dejavnik je natančnost izvedbe in visoka stopnja pripravljenosti na bolj ali manj delikatne teme. Zagotavljamo medijski odziv in pravo publiciteto.



**Seminar** je namenjen izobraževanju tako zaposlenih kot tudi ciljne skupine porabnikov. Za vas poiščemo najprimernejše lokacije, poskrbimo za strokovno dobro podkovane predavatelje glede na izbrano tematiko predavanj, prevzamemo celotno organizacijo dogodka ter na koncu izvedemo analizo zadovoljstva udeležencev.

**Zabava znotraj podjetja** (glasbeni, športni dogodki), ki spodbuja motivacijo zaposlenih, razbija stres in napetost, krepi pripadnost kolektivu in podjetju ter ustvarja ugodno poslovno ozračje, se lahko odvija kot praznovanje ob novem letu, rojstnih dnevih ali ob drugih posebnih priložnostih. Po vaših željah lahko poskrbimo za organizacijo športnih tekmovanj, zabavnih družabnih iger in spremljevalnega programa, s katerim boste svojim zaposlenim pokazali, da cenite njihov prispevek v podjetju.



**Zabava za poslovne partnerje** (glasbeni, športni dogodki) ustvari sproščeno, manj formalno ozračje, kjer poslovnim partnerjem lažje predstavite svoje poslovne rešitve. Pripravimo lahko zabavo v zaprtem prostoru ali na prostem, z glasbeno animacijo in spremljevalnim programom, piknik ali športno prireditev. Za navezovanje novih stikov in utrjevanje obstoječih.

**Sejmi** so idealna priložnost za predstavitev podjetja, blagovnih znamk ali produktov znotraj konkurenčnega prostora. Od zasnove sejemskega prostora do priprave promocijskega gradiva, izbora primernih animatorjev in hostes. V One2One events poskrbimo za to, da je vaša predstavitev na sejmu atraktivna, opazna in prepoznavna, da lahko dosežete konkurenčno prednost.

**Izobraževalni dogodki** (seminar, simpozij, konferenca, delavnice) so namenjeni izobraževanju zaposlenih ali ožje ciljne skupine uporabnikov oziroma poslovnih partnerjev podjetja. Ob primerni lokaciji in sproščnem ustvarjalnem vzdušju je zelo pomemben tudi izbor primernih predavateljev glede na tematiko predavanj in seveda celotna brezhibna organizacija dogodka.



**Interni dogodki** zajemajo poslovna srečanja, delavnice, izobraževanja ipd., namenjeni pa so izključno zaposlenim v podjetju. Omogočajo izboljšanje delovnega okolja, utrjevanje vezi med zaposlenimi ter širjenje izobrazbe, veščin in znanj, kar pozitivno vpliva na motiviranost in zavzetost za delo.

**Športne prireditve** so dogodki, kjer je osrednji program vezan na določeno športno aktivnost. Za ustreznost umestitev poskrbimo s svežimi idejami, ki jih vsebinsko in organizacijsko uskladimo z vašimi izdelki oziroma storitvami, vašo celotno podobo in osnovno trženjsko strategijo ter seveda z vizijo ter poslanstvom podjetja.

## ZGRABITE PRILOŽNOST rezultati.



Dogodki so lahko bolj učinkoviti in stroškovno bolj ekonomični od klasičnega oglaševanja v medijih. Zaradi prezasičenosti z oglasnimi sporočili na trgu imajo dogodki svojo moč, s katero lahko porabnike dejansko privedejo do nakupa oglaševanih storitev ali izdelkov in so izjemno učinkoviti v ozaveščanju o oglaševanem. Prav zaradi želje po konkretnem učinku na prodajo vse več marketinških praktikov išče alternativo v dogodkih ali pa se zanje odločajo kot dopolnilo klasičnemu oglaševanju.

## Učinki dogodkov:

- oblikujejo zavedanje in pozitivno publiciteto ter povečujejo ugled podjetja oziroma blagovne znamke,
- zagotavljajo verodostojnost preko odnosov z javnostmi,
- gradijo pozitivne odnose med zaposlenimi in poslovnimi partnerji,
- nižajo stroške tržnega komuniciranja, saj publiciteta prinese brezplačen prostor v medijih,
- diferencirajo izdelke oziroma storitve od konkurenčnih,
- povečujejo lojalnost porabnikov, gradijo in utrjujejo odnose s porabniki in pozitivno vplivajo na prodajo,
- zaradi posrednega prenosa sporočila (t.i. »neopaznosti«) lažje dosežajo ciljno publiko,
- omogočajo doseganje specifične ciljne publike,
- imajo izobraževalni učinek.



## FUTURISTIČNI MARKETING S PRIJATELJI gospodarno.

Kaj pomeni najem specializiranega izvajalca za pripravo in izvedbo dogodkov? Več denarja? Dejstvo je, da je najem podjetja, specializiranega za prireditveni marketing, stroškovno bolj učinkovit, kar za vas pomeni prihranek denarja.

**1. Stroškovna učinkovitost.** Prvi razlog za stroškovno učinkovitost je redno sodelovanje s storitvenimi podjetji in osebami s področja zabavništva, hotelirstva, umetniških krogov itd. Z njimi imamo že utečene odnose, zato lahko njihove storitve zagotovimo po posebnih ali znižanih cenah. Z odlično mrežo zunanjih sodelavcev, izvajalcev in partnerjev vam zagotavljamo hitre, zanesljive in kakovostne storitve.

**2. Izkušnje.** Vemo, kje najti storitve, ki so potrebne za izvedbo dogodka na vrhunski ravni. Če neko podjetje na primer želi najti enake storitve, si pri tem lahko povzroči nepredvidene stroške, ki prinašajo neugodno bilanco (npr. stroški porabljenega časa, dela, prevoza, telekomunikacij itd.).

Ekipa One2One events se prilagaja vašim potrebam in željam. Z veseljem oblikujemo dogodek po vaši meri ter v skladu z vašimi zahtevami. Kot naročnik postavite smernice glede prostora, glasbe, animacije, pogostitve ipd., mi pa vam izdelamo celostni načrt izvedbe dogodka in ga izpeljemo. Glede na vaše želje se skupaj odločimo o medijski pokritosti celotne prireditve, osebem obveščanju potencialnih udeležencev in spremljanju odzivnosti.

Odlikuje nas prilagodljivost in zahtevnost do lastnega dela. Kar počnemo, počnemo s srcem. Kar počnemo, hočemo delati najbolje. Razpolagamo s paleto strateških, premišljenih, preverjenih in kreativnih dejavnosti, ki vas ločijo od konkurence ter pri kupcih zbudijo zanimanje in željo po nakupu - vaše blagovne znamke.

Pri delu nam je ključnega pomena izbira partnerjev. Za konec vam predstavljamo pogovore z nekaterimi med njimi.



## EVENT MANAGER

Spletno orodje za podporo učinkoviti organizaciji in promociji dogodkov

Pogovor z g. Zoranom Trojarjem, direktorjem podjetja Sonce.net

### Event manager zveni kot vodja ekipe za organizacijo in izvedbo dogodkov.

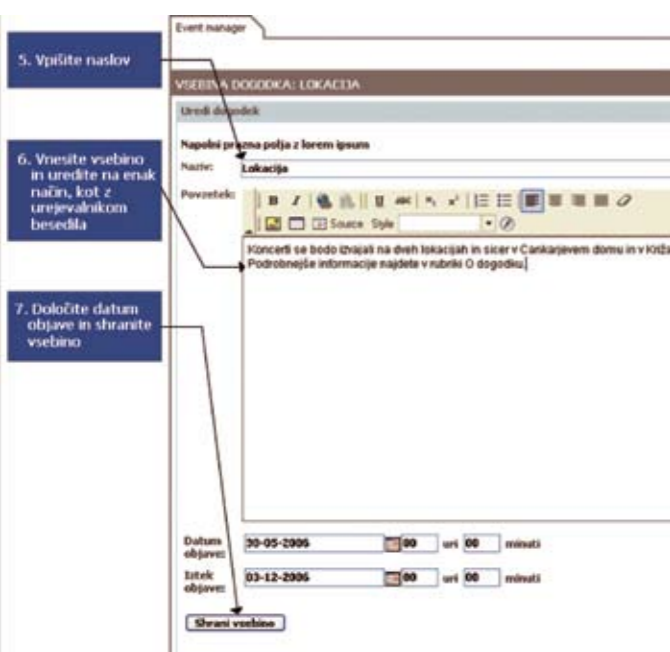
Ja, zanimiva primerjava. Čeprav naš namen ni bil, da bi z orodjem, ki smo ga izdelali v agenciji za digitalni marketing Sonce.net, skušali nadomestiti človeka v ekipi. Event manager je spletno orodje, ki ekipi nudi podporo pri organizaciji in promociji dogodkov. Omogoča preprosto in učinkovito informiranje udeležencev pred in po dogodku. Vemo, da je učinkovita organizacija predpogoj za uspešnost prireditve, s paleto orodij in rešitev pa je Event manager eno od najučinkovitejših sredstev za podporo organizaciji različnih vrst prireditev.

- avtomatiziran sistem pošiljanja obvestil
- hitra povrnitev naložbe
- prihranek časa
- uporabniku prijazen
- enkratni vnos baze e-naslovov vabljenih
- enostavno informiranje in zbiranje prijav
- popoln nadzor nad podatki

info: [www.eventmanager.si](http://www.eventmanager.si)  
T: +386 1 5875 473

### Konkretno – kako Event manager deluje, kaj zna?

Na eni strani omogoča bolj preprosto pošiljanje vabil in obvestil o dogodku, spletno zbiranje prijav in vodenje evidence prijavljenih, sočasno pa gre za spletno mesto dogodka. Na spletnem mestu poleg predstavitve dogodka zagotovimo vse najpomembnejše informacije – od programa dogodka, zemljevidov in napotkov, do kontaktnih podatkov. Preko spletnega mesta lahko vnaprej ali naknadno zagotovimo gradiva dogodka ter gradimo skupnost z naknadnimi komentarji, anketami, predvsem pa z objavo fotogalerije. Avtomatiziran sistem za pošiljanje vabil in obvestil od organizatorja zahteva le enkratni vnos baze podatkov. Sporočila so tako personalizirana, personalizirano pa je lahko tudi spletno mesto. Sistem naročniku nudi popoln nadzor nad poslano elektronsko pošto in prejetimi prijavi.



### Rekli smo, da Event manager omogoča podporo različnim dogodkom.

Seveda, vse je odvisno od tipa dogodka. Event manager nudi podporo pri organizaciji različnih vrst prireditev, od takšnih, kjer so udeleženci vnaprej znani in je njihovo število določeno, do takšnih, ko lahko povabljeni na dogodek povabijo še koga. Lahko pa se pripravi tudi srečanje za najširši krog ljudi, ki se prijavijo preko spletnega obrazca. Ta pristop je tudi marketinško zelo uspešen, saj je v Sloveniji po raziskavi RIS 2006 že več kot 970.000 uporabnikov interneta.

### Sklepno sporočilo naročnikom?

Spletno orodje Event manager smo oblikovali na podlagi potreb naših naročnikov in lastnih izkušenj. Je uporabniku prijazen, preprost in učinkovit. Event manager kot platforma se lahko integrira v naročnikovo že obstoječe spletno mesto, kar omogoča popoln nadzor nad vsemi podatki o dogodku. Prepričani smo, da je uporaba Event managerja pot do še boljše in natančnejše organizacije dogodkov ter predvsem dobra investicija.



## KONGRESNI CENTER BERNARDIN

Preprosto: odlično.

Pogovor z go. Darjo Kovačević, pomočnico direktorja prodaje za kongresni trg

**Kakšna je zasnova Kongresnega centra Bernardin?** Bernardin je prvi kongresni hotel v Sloveniji in omogoča organizacijo najrazličnejših prireditev, od kongresov, seminarjev, delavnic, predstavitev, konferenc, poslovnih srečanj, banketov, modnih revij in svečanih večerij.

**Vaše kapacitete so prilagodljive, zato se lahko organizira dogodek za različno število udeležencev.** Skupaj imamo 16 dvoran prilagodljive konstrukcije, ki omogoča različne postavitve, skupna kapaciteta prostorov je za 2600 ljudi. Vse dvorane imajo dnevno svetlobo in so opremljene z najmodernejšo avdiovizualno tehniko. Imamo opremo za simultano prevajanje s kabinami, business center in pisarne za organizatorje, banketno kuhinjo za hitro pripravo hrane in pijače, vse dvorane pa so opremljene tudi z računalniško (UTP) mrežo.



### Kaj je posebnost Kongresnega centra Bernardin?

Leta 2004 smo našim kapacitetam priključili še dvorano, ki ima čudovit pogled na morje in z velikostjo 1000 m<sup>2</sup> omogoča organizacijo tako večjih kot tudi manjših srečanj. Pomične pregradne stene, ki so odlično zvočno izolirane, omogočajo delitev dvorane na dve ali štiri ločene enote. Tako se lahko na dogodku zbere do 1100 udeležencev, lahko pa le 600, 540, 490, 275 ali 250 udeležencev, odvisno od želja in potreb naročnika.

Hoteli Bernardin d.d.  
Obala 2  
6320 Portorož  
T: +386 5 695 00 00  
F: +386 5 674 64 10  
[www.h-bernardin.si/kongresnicenter](http://www.h-bernardin.si/kongresnicenter)

Dvorana je opremljena z najsodobnejšo konferenčno tehniko, med odmori pa se gostje lahko zberejo v predprostoru, ki je namenjen organizaciji umetniških razstav. Delovna kosila ter svečane večerje lahko pripravimo v prenovljenih banketnih prostorih v 10. nadstropju, kjer lahko pogostimo do 1000 oseb.

### Zakaj bi organizator dogodka za lokacijo izbral prav Kongresni center Bernardin?

Rečem lahko, da smo najbolj razvit kongresni center v Sloveniji, kjer prireditvenim prostorom sledi tudi vsa ostala infrastruktura, s širokim spektrom ponudbe na enem mestu: hoteli različnih kategorij, gostinske storitve, morski park Laguna Bernardin, številne možnosti športa in rekreacije ter seveda morska klima. Odlikujejo nas izkušnje na področju organizacije dogodkov, imamo izvrstno kulinarično ponudbo, strokovno in prijazno osebje ter zagotavljamo kakovost. Dobrodošli.



## LUKVEL d.o.o.

Da se prostor spogleduje s prihodnostjo

Pogovor z g. Silvijem Lukićem, direktorjem podjetja Lukvel d.o.o.

**Podjetje Lukvel d.o.o. je zelo mlado podjetje.** Na slovenskem trgu smo se začeli uveljavljati pred tremi leti. V zadnjem letu smo več kot podvojili tržni delež, kar pripisujemo dobri volji, pozitivni energiji in delovni vnemi. Tako si nabiramo izkušnje, iščemo povezave s poslovnimi partnerji in gradimo medsebojne odnose.

**Kaj so vaše najpomembnejše storitve?** Oprema za vizualne predstavitve. Smo partner, ki zagotavlja visokotehnološko razvite elemente za dogodke. Vedno iščemo nove možnosti in zmogljivosti, s katerimi lahko podpremo zahtevne projekte. Opremljamo prireditvene prostore, ki jih spreminjamo v vizualno atraktivne ambiente. Pri nas lahko najamete plazme, projektorje, projekcijska platna in plošče ali pa panoramsko projekcijo, ki je sestavljena iz večih projekcij, te pa se med sabo prelivajo... Predvsem pa želim poudariti, da naročnikom in partnerjem vedno radi posredujemo informacije o tehnični opremi in svetujemo glede najema opreme.

**Kaj so vaši atributi? Kaj je tisto, kar vas žene naprej?** Zaupamo v svoje proizvode, ki imajo dober ugled, izjemno pozitivno podobo in so znani po kakovosti. Oprema, ki jo ponujamo, se odlično staplja z vsakim, še tako zahtevnim prostorom, izkušnje pa so nam prinesle prilagodljivost, dinamičnost, kreativnost. Predstavitveni

Lukvel d.o.o.  
Vizuelni informacijski sistemi  
Dolenjska cesta 166  
1000 Ljubljana  
Slovenija  
T: +386 1 427 29 44  
+386 1 427 29 45  
F: +386 1 427 20 40  
E: lukvel@lukvel.si  
www.lukvel.si

prostor znamo opremiti hitro, praktično in brez zapletov. Nenazadnje - prostor, ki ga opremimo, dobi podobo svežine, ki jo prinaša tehnologija prihodnosti.



## KONTAKT

veselimo se srečanja z vami.

Za morebitna vprašanja in informacije smo vam na voljo na spodaj navedenih kontaktnih številkah ter naslovu. Z veseljem si bomo vzeli čas za vas ter prisluhnili vašim željam.

Ekipa One2One Events  
Futuristični marketing d.o.o.  
Podutiška 92  
1000 Ljubljana

T: +386 1 583 01 80  
F: +386 1 583 01 95  
E: info@futuristing.com  
www.futuristing.com





**ONE2ONE**  
events