**БРИФ НА ОРГАНИЗАЦИЮ МЕРОПРИЯТИЯ**

Мы всегда смотрим на мероприятие через призму бизнеса и уделяем особое внимание деталям при подготовке коммерческого предложения. Каждый пункт нашего брифа составлен на базе 12-ти летнего опыта организации мероприятий. Поэтому мы можем утверждать, что каждая заполненная Вами строчка поможет нам сделать мероприятие наиболее эффективным для Вашей компании. Кстати, мы уже частично заполнили бриф для экономии Вашего времени.

| **КЛИЕНТ / КОМПАНИЯ** |  |
| --- | --- |
| **ФИО** |  |
| **ТЕЛЕФОН** |  |
| **EMAIL** |  |
| **ЛИЦО, ПРИНИМАЮЩЕЕ РЕШЕНИЕ** | *Например: Иван Иванов, генеральный директор* |

| **ЦЕЛЬ МЕРОПРИЯТИЯ** |
| --- |
| *Например:*  *Познакомить новичков с корпоративными ценностями, рассказать об истории компании и усилить HR-бренд.*  *Подружить работников филиалов и центрального офиса.*  *Интегрировать в тимбилдинг рассказ о новых продуктах компании.* |
| **ВРЕМЯ И ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ** |
| *Например:*  *Даты 12 или 19 августа, закончить мероприятие нужно строго до 18.00.* |
| **МЕСТО ПРОВЕДЕНИЯ** |
| *Уже утверждено? Есть ли какие-то пожелания по географии? Где мероприятие проводилось раньше?* |
| **КОЛИЧЕСТВО СОТРУДНИКОВ** |
| *Например:*  *400 чел., съезжаются на место проведения мероприятия после рабочего дня из трех региональных офисов.* |
| **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ** |
| *Подробное описание возраста, профессии, стажа, откуда они – головной офис, региональные офисы, зарубежный офис и т.п.*  *Например:*  *Топ-менеджеры и сотрудники головного офиса, средний возраст – 35 лет. Все имеют высшее образование. Средний стаж работы в компании – 5 лет.* |
| **ЖЕНЩИНЫ / МУЖЧИНЫ** |
| *Процентное соотношение или просто – кого больше?* |
| **ТОП-МЕНЕДЖЕРЫ / СОТРУДНИКИ** |
| *Процентное соотношение, есть ли экспаты. Нужно ли как-то подчеркнуть участие топов в самом мероприятии (интеграция их в программу, сценарий) + отдельная зона для питания (посадки).* |
| **РАССАДКА ГОСТЕЙ И ФОРМАТ МЕРОПРИЯТИЯ** |
| *Банкет, фуршет, BBQ и т. д. Есть ли привычные форматы? Что было в предыдущий раз?*  *Например:*  *Мы привыкли только к банкетам. ИЛИ: банкет был недавно, сейчас хотим, чтобы гости больше общались друг с другом во время ужина.* |
| **ЕСТЬ ЛИ У ВАС НА ПОДОБНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ КАКИЕ-ЛИБО ТРАДИЦИИ, КОТОРЫЕ ХОТЕЛОСЬ БЫ ПОВТОРИТЬ, ИНТЕГРИРОВАТЬ В СЦЕНАРИЙ, ОБЫГРАТЬ?** |
| *Что нам обязательно нужно учесть?*  *Например:*  *Члены Правления делают свой номер, и им заканчивается мероприятие.* |
| **ПОДЕЛИТЕСЬ ВАШИМ ОПЫТОМ** |
| *Что из прошлых мероприятий было очень удачным решением и хочется повторить, а каких моментов точно хочется избежать?* |
| **ЖЕЛАЕМЫЙ ФОРМАТ ПРОГРАММ** |
| *Концерт, квест, интерактив,выступление спикера, живая музыка, стратегическая сессия с тимбилдингом и т.д.* |
| **ПЛАНИРУЕМЫЙ БЮДЖЕТ** |
| *В среднем мы тратим 10 дней на разработку коммерческого предложения для Клиента, и в рамках тендера делаем её бесплатно.*  *Мы очень хотим, чтобы проделанная работа была максимально полезна и нам, и вам, а подготовленное предложение соответствовало всем Вашим пожеланиям, включая финансовую сторону мероприятия.*  *Например:*  *не более 4 млн.руб. ИЛИ: рассматриваем два варианта: на 1-1,5 млн.руб. и на 2-2,5 млн.руб.* |
| **СРОК ПОДГОТОВКИ КП** |
| *Например:*  *КП принимаются до 12.00 20 июля 2016 г. по e-mail, адрес \_\_\_\_\_\_. Защита КП производится 25-26 июля, оглашение результатов тендера 27 июля.*  *После проделанной нами большой работы по подготовке КП мы просим всего 15-20 минут живого общения, чтобы рассказать Вам о нашем предложении. Это позволит сэкономить общее время и с большой вероятностью получить желаемый результат!* |
| **КАК ВЫ УЗНАЛИ О НАС?** |
|  |

Мы гарантируем конфиденциальность полученной информации. После получения заполненного брифа мы свяжемся с Вами в кратчайшие сроки, чтобы уточнить детали мероприятия и направить наше предложение.