

25 ИДЕЙ АКТИВНОСТЕЙ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЯ

25 ИДЕЙ АКТИВНОСТЕЙ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЯ

Не нетворкингом единым живы ивенты!

Хотя эта активность на любом деловом мероприятии будет ключевой.

Мы собрали для вас идеи и для проведения нетворкинга, и для того, чтобы вовлечь аудиторию и запомниться как классное мероприятие с тонной пользы.

Эти виды интерактивов подойдут для конференций, форумов, тренингов, семинаров, что-то — и для фестивалей.

ФАКТ: люди приходят к вам за пользой в виде деловых контактов, а ещё — просто чтобы расслабиться и хорошо провести время. И если человеку у вас было хорошо — он расскажет об этом всем своим друзьям, знакомым, тегнет вас в соцсетях и придёт снова. Так же это работает и в обратную сторону.

Итак, как сделать мероприятие интереснее?

Давайте для начала разберём АКТИВНОСТИ, НАПРАВЛЕННЫЕ НА НЕТВОРКИНГ.

БРАСЛЕТЫ, НАКЛЕЙКИ, БЕЙДЖИ НА СТОЙКЕ РЕГИСТРАЦИИ

/ 01

Они могут разделять разные категории участников, но ни в коем случае не делите их на VIP и эконом. Например, обозначьте представителей бизнеса и специалистов. На браслетах могут быть надписи «ищу работу», «ищу сотрудника», «ищу партнёра», «хочу общаться» и т.д.



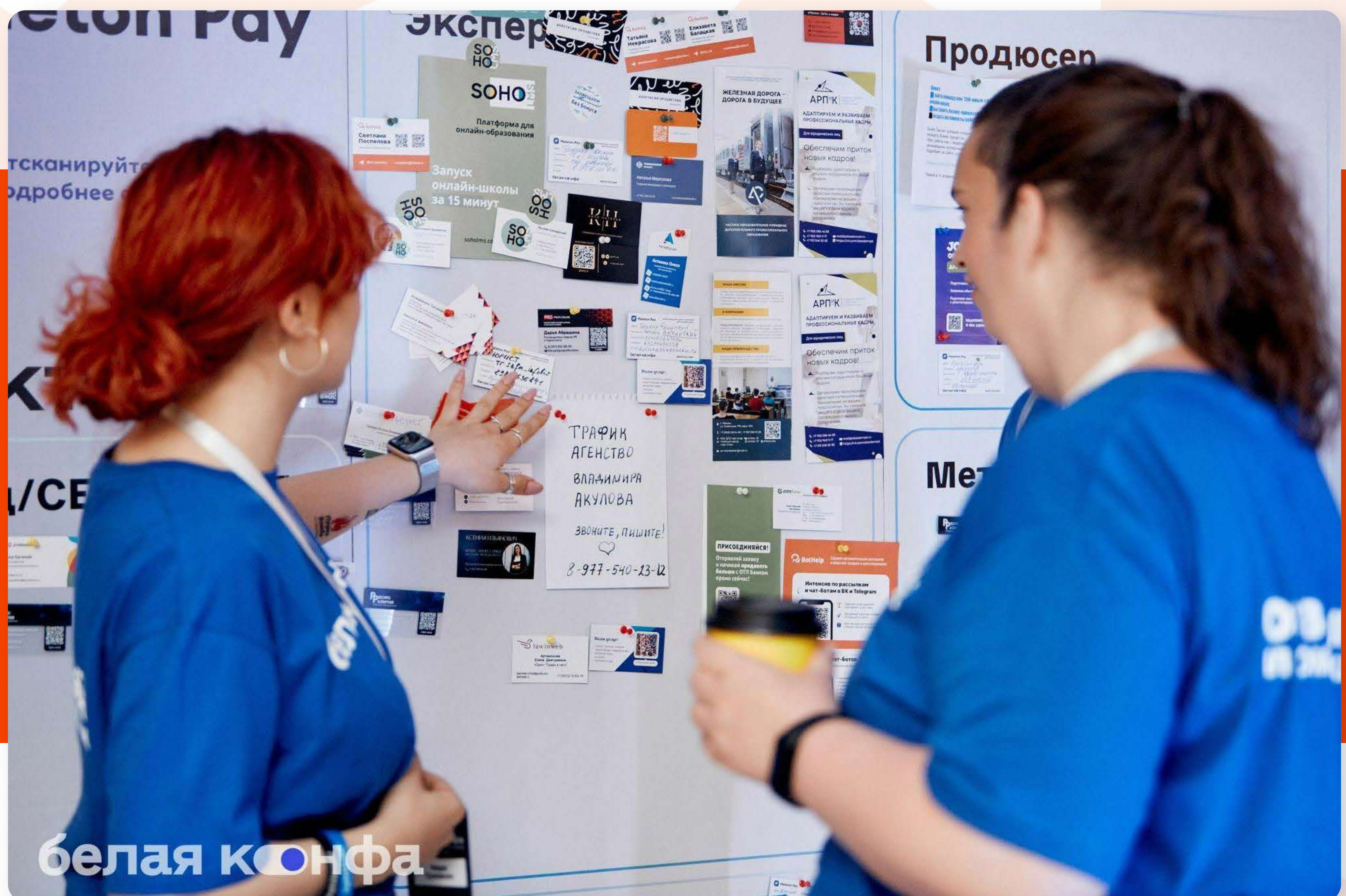
Недостаток браслетов — сезонность, они будут теряться, если человек надел свитер с длинным рукавом.

Поэтому, как вариант — использовать бейдж и оставлять на нём место для наклейки. Наклейки оставляйте в зоне регистрации — если человек захочет, то сам их возьмёт.

Делается, чтобы люди могли найти себе того, кто нужен.

Например, на конференции для маркетологов будут нужны сегменты на стене для сеошников, SMM-щиков, руководителей агентств и т.д.

Сделайте так, чтобы всем было удобно оставлять свои контакты — положите достаточно стикеров, ручек, наклейте первые визитки сами, чтобы показать пример, что писать.



ПУСТЫЕ ВИЗИТКИ ВО ВСЕХ ЗОНАХ

/ 03

Нужны, чтобы участники в любой момент могли их взять, заполнить и отдать нужному человеку.

Бумажные визитки, так же как и листы нетворкинга, классно работают. Люди любят писать рукой.



Это тематические столы, за каждым из которых стоит волонтер, который разбирается в обозначенной теме. Например, мессенджеры, маркировка рекламы. Когда люди подходят к столу мессенджеров, волонтер представляется и спрашивает, что интересует по теме. В процессе к столу подходят другие люди, волонтер знакомит их, посвящает в вопрос, который сейчас обсуждают.

Необязательно делать только серьезные зоны. Отведите, например, место под «Стол нытья». К нему люди подходят, чтобы пожаловаться на начальника, рассказать, как у них что-то не получается, как они не справляются с синдромом самозванца и т.д. На столе можно поставить волшебную коробку, куда люди будут складывать все свои жалобы, чтобы их «починить».



Тут нужно выбрать спикера, который становится ведущим.

Докладывать будет не он, а аудитория. Она общается между собой, а ведущий её модерировует.

Так люди знакомятся в процессе, находят тех, кто согласен с их точкой зрения, обращаются к тем, кто не согласен, получается взаимодействие. Они становятся интересны друг другу и могут продолжать общение уже за стенами зала.



В этом формате люди пересаживаются за столы каждую минуту, т.е. при каждой пересадке общаются с новым человеком.

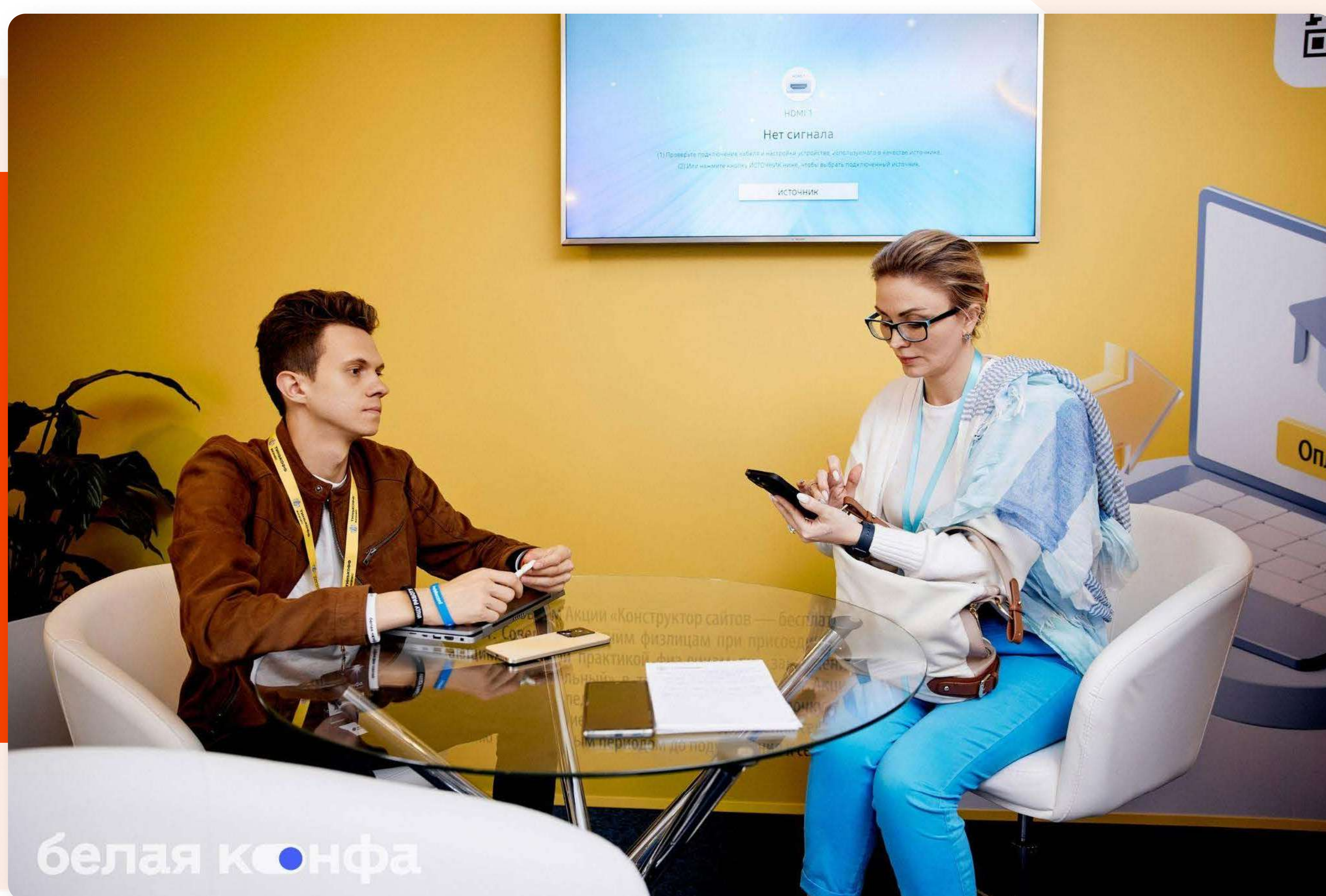
За небольшое время вы уходите с десятком новых знакомых.

Ведущий потока инициирует и знакомство, и совместное селфи, которое собеседники отправят, например, в чат события. В чате нужно представить друг друга, а не самого себя.



Формат с низкой проходимостью по количеству аудитории, но с **глубоким вовлечением людей**.

На такой активности сидят менторы, к ним приходят люди со своими вопросами, и так получается взаимодействие более опытного специалиста с менее опытным на 20 минут.



Теперь давайте о более общих активностях, которые **СДЕЛАЮТ ВАШЕ МЕРОПРИЯТИЕ ЯРЧЕ**.

На вечеринках люди расслаблены, свободны, спокойны, им не нужно подстраиваться под программу. В идеале делать несколько залов — с музыкой, кальяном и т.д.

Хороший способ расслабиться в конце насыщенного дня и получить удовольствие от тусовки в кругу своих.



АКТИВНОСТИ НА СТЕНДАХ ПАРТНЁРОВ

/ 09

Выделите место под стенды партнёров, где люди могут получать скидки, подарки и т.д.

На стендах можно проводить розыгрыши, вовлекать людей в игру, например, через настолки. Главное, чтобы там были вовлечённые и активные ведущие.



Это отдельный зал, в котором поток не транслируется и не записывается. На многие активности тут лимитируется количество участников. Люди там максимально взаимодействуют вживую — здесь проходят антидоклады, спиддейтинги, круглые столы. Туда хотят попасть те, кому ценно знакомство и общение с новыми людьми, т.к. это возможность получить максимум контактов.



Вы или партнёры можете провести розыгрыш. В качестве призов использовать либо брендированную канцелярию, либо скидки, промокоды на свои продукты — что придумаете. Можно вообще предложить не призы, а предсказания, которые будут получать участники. Колесо можно брать в аренду или заказать своё, в производстве оно не очень дорогое.

Кстати, лотерею можно совместить с квизом. Например, предложить участникам выполнить простые задания, а в качестве награды прокрутить колесо фортуны и получить выпавший приз.



В качестве активности для мероприятия придумайте квиз или небольшой квест и стимулируйте с его помощью заводить новые знакомства, общаться друг с другом.

Например, кто соберёт 5 деловых контактов, получает приз. Либо нужно внимательно слушать выступление спикеров и собирать подсказки, в конце мероприятия собрать целое слово или фразу и тоже получить приз.



С их помощью организуйте пространство на мероприятии. **Сделайте креативные фотозоны, чтобы людям было весело и интересно в них фотографироваться.** Можно поставить инстапринтер, чтобы гости могли сразу распечатать фото. Или сделать конкурс, в котором принять участие может каждый, кто сделал фото и выложил его в соцсеть с фирменных хэштегом мероприятия.



Если у вас тёплая лояльная аудитория, предложите ей, например, футболки или бейсболки с вашим брендингом. **Это может быть что-то про конференцию, тематические, смешные фразы в нише, но с упоминанием вашего события.**

Или напечатайте мерч заранее, если уверены, что люди будут покупать.



Напишите 30-40 разных текстов с предсказаниями для вашей целевой аудитории — не общих, а тематических, например, «У тебя будут высокие конверсии в этом году!» для трафик-менеджеров.

Печенье выдавайте на стойке регистрации с пакетом участника либо дарите за какие-то действия.



ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ПЕРЕЗАГРУЗКИ

/ 16

На конференции приходят и интроверты. Многим бывает сложно выдержать большой поток информации, шум и людей вокруг.

Создайте уединённое местечко, где можно спрятаться от всех и посидеть в тишине некоторое время или спокойно решить срочные рабочие вопросы.



Поставьте стойку с перекусами, кофемашиной, чтобы люди могли подкрепиться. Это должно быть что-то небольшое, что удобно держать в руках и съесть за 1 раз, чтобы не чувствовать себя неловко из-за крошек и не отворачиваться на прожевать. Маленькие закуски, тарталетки, печенье и т.д.



Проведите небольшую выставку как вариант активности на мероприятии. Это могут быть работы участников конференции — например, пусть каждый принесёт свой самый удачный рекламный креатив. Или картины, созданные искусственным интеллектом по теме вашего мероприятия.

А может быть, гости прямо на месте нарисуют, как они видят сейчас рынок онлайн-образования, и вы проведёте конкурс на самую креативную картину? Вместо картин можно устроить выставку идей, где каждый придумает слоган или продолжит фразу.

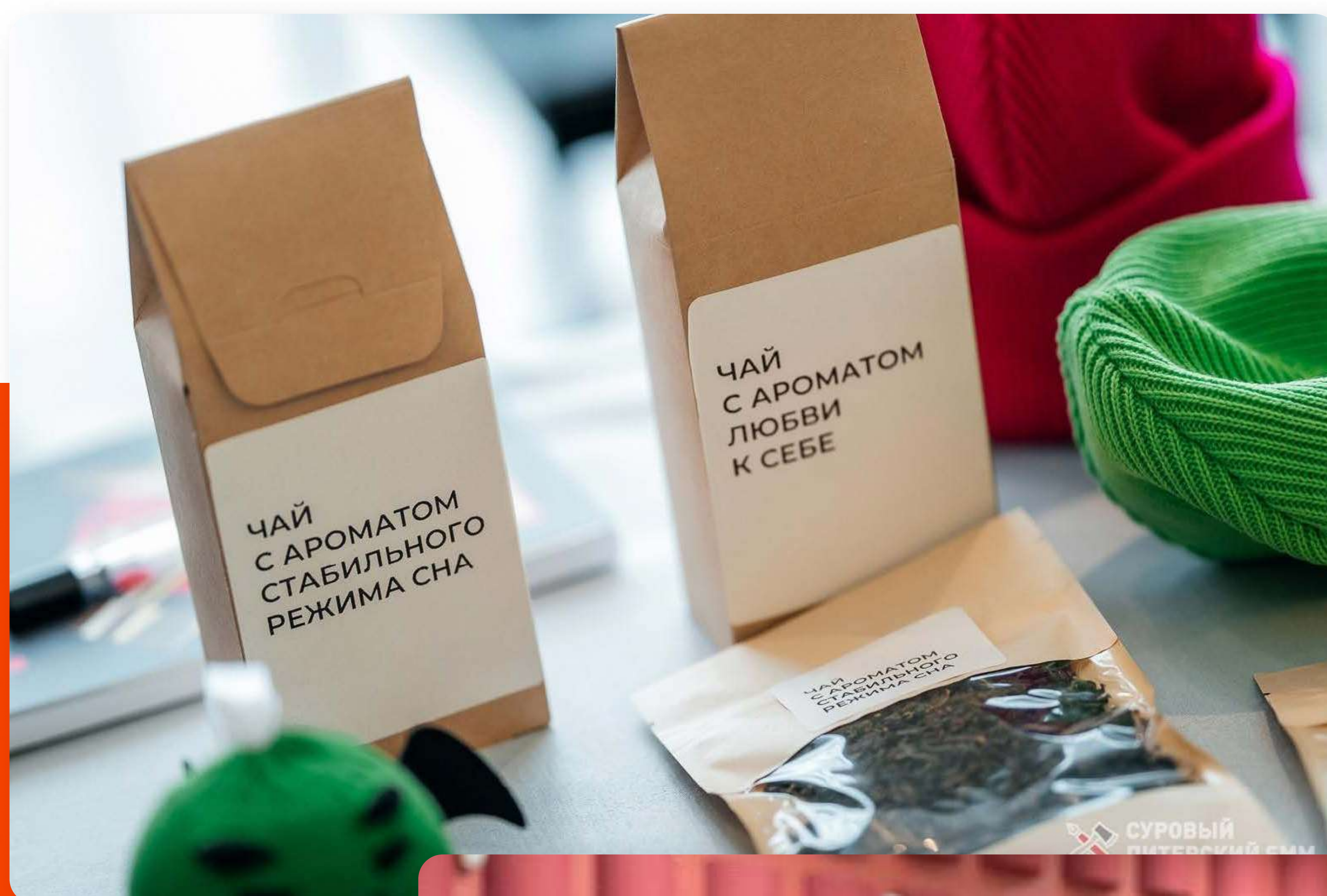


Сделайте большую доску с картой страны, чтобы каждый гость мог отметить себя и показать, из какого города он приехал. Если мероприятие локальное — это может быть карта города с разбивкой по районам. Люди с удовольствием оставляют флажки и ищут земляков, чтобы завести деловые связи.

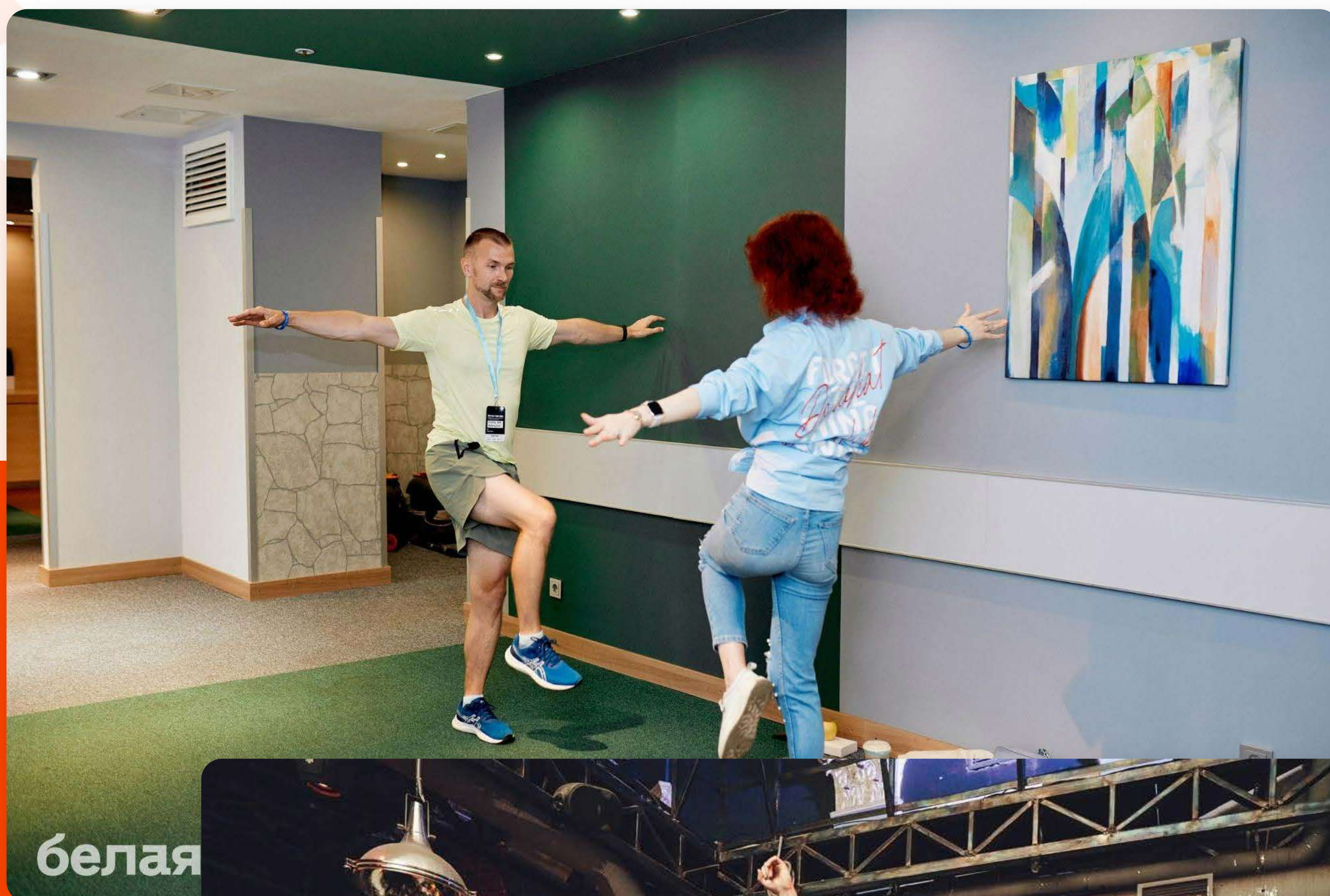


Продавать можно не только мерч. Например, сделайте подборку профессиональной литературы, которую можно купить прямо на месте. Наверняка у спикеров конференции, партнёров есть собственные книги. Они смогут себя прорекламировать, а гости — найти для себя что-то новое и интересное.

Вкусняшки, открытки со смешными надписями — **всё может служить на память о событии.**



Во время большого перерыва можно предложить гостям устроить импровизированный забег, заняться йогой или сделать простую зарядку, чтобы размяться. Назвать её, например, «Зарядка фрилансера» и уделить внимание тем частям тела, которые чаще всего страдают у фрилансеров: руки, шея, поясница. А можно и просто потанцевать.



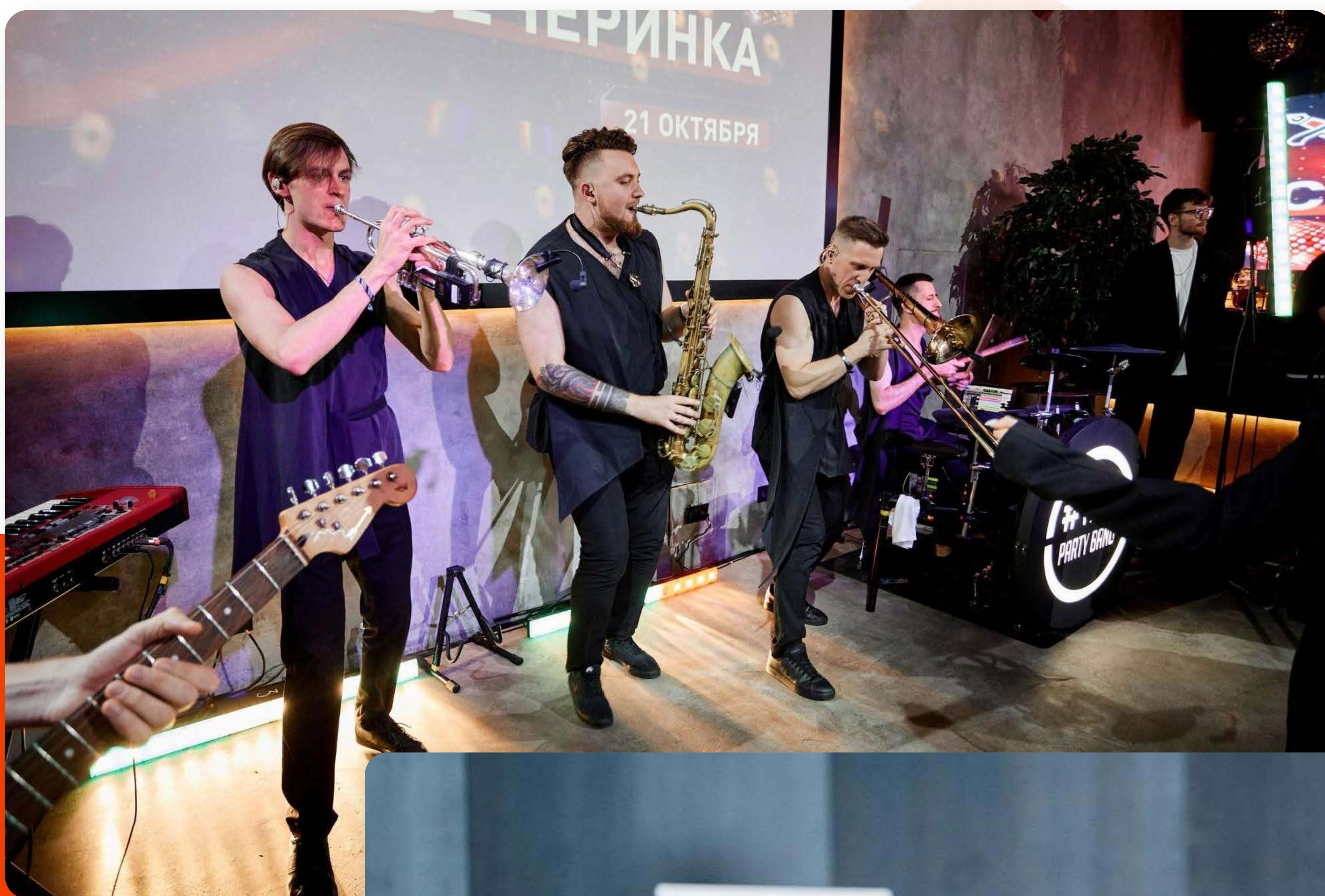
Позаботьтесь о гостях, у которых есть дети. Организуйте для них комнату, где они смогут интересно провести время под присмотром аниматора или просто ответственного взрослого.



ВЫСТУПЛЕНИЕ МУЗЫКАНТОВ, ТАНЦОРОВ

/ 23

Классическая активность на мероприятии, которая заряжает и поднимает настроение. Кавер-группа это будет или известный музыкант — решать вам, исходя из бюджета.



НАГРАЖДЕНИЕ САМЫХ АКТИВНЫХ / 24 УЧАСТНИКОВ, СПИКЕРОВ, КОМАНДЫ

Многие, кто приходят на ваши мероприятия, — активные подписчики, участники сообщества, комьюнити, кто-то волонтерит и помогает делать событие, кто-то себя проявляет во время ивента.

Подумайте, кого и за что вы можете награждать, чью активность можете поощрить и как. Людям это приятно. Например, того, кто за время ивента завёл больше всего знакомств, того, кто нашёл делового партнёра, того, кто написал самый крутой отзыв в соцсети с места события.



Соберите людей на вечеринку до или после мероприятия.

Посмотрите, как это сделано на «Белой конфе»: прогулка по Неве на теплоходе, белые ночи и мосты за палубой — прекрасная атмосфера, чтобы продолжить нетворкинг.



25 ИДЕЙ АКТИВНОСТЕЙ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЯ

А теперь напомним про главный закон успешной активности на любом событии:

- **Предупреждайте об этом людей заранее**, чтобы они могли подготовиться и понимали, что происходит. Иначе столы для нетворкинга останутся пустыми, а к стендам партнёров никто не подойдёт за подарками.
- **Анонсируйте интерактивы во всех соцсетях, в программе мероприятия.** Это не только пробудит дополнительный интерес к ивенту, но и послужит его успеху.
- **Тестируйте варианты** и не расстраивайтесь, если в этот раз что-то не зашло. Возможно, интерактив не подходит именно этой аудитории или именно на этой площадке.

ЖЕЛАЕМ ВАМ НЕПРЕМЕННОГО SOLD OUT!