

# Сценарии и организация корпоративных праздников



Подготовка  

---

Проведение



# **Сценарии и организация корпоративных праздников**

«Мельников И.В.»

Сценарии и организация корпоративных праздников /  
«Мельников И.В.»,

Как создать корпоративную культуру, которая улучшит внутренний климат в коллективе и поможет фирме занять достойное положение в деловом мире? Корпоративные мероприятия позволят сделать ваш коллектив одной командой. Работать, отдыхать и вместе отмечать праздники так, чтобы это приносило и пользу, и удовольствие – желание любого человека, который дорожит своим рабочим местом. Иметь сплоченный, творческий коллектив уважающих друг друга людей, которые делают одно дело – мечта любого менеджера.

# Содержание

Глава 1. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА	5
НОВОЕ ИЛИ ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ	6
ТРАДИЦИИ И НОВШЕСТВА	8
Глава 2. В ПОМОЩЬ ОРГАНИЗАТОРУ	12
ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ	13
ПРИГЛАШЕНИЯ, БУКЛЕТЫ, ОТКРЫТКИ, ПЛАКАТЫ, БЭДЖИ – ПРИЯТНЫЕ И ПОЛЕЗНЫЕ МЕЛОЧИ	16
Конец ознакомительного фрагмента.	19

# **Вероника Мороз**

## **Сценарии и организация корпоративных праздников**

### **Глава 1. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА**



## НОВОЕ ИЛИ ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ

Где мы проводим основную часть своей жизни? Где находим и теряем друзей, учимся сами и учим других, реализуем свои социальные амбиции и приобретаем жизненный опыт? Конечно, на работе. В наше время немногие люди ограничивают свой круг общения исключительно семьей. И в то же время домой мы приносим то, что черпаем в своей профессиональной деятельности. Неудачи или испорченное на работе настроение способно разрушить не только отношения в семье и привести к депрессии, но и к потере всего смысла жизни. Если вы станете машиной, которая зарабатывает деньги, то это чревато саморазрушением. Точно так же – напряженное ожидание окончания рабочего дня и отбывание повинности на работе обещают в будущем полное отсутствие карьерного роста и всяческих перспектив.

Недостаток традиций общения между сотрудниками порождает множество досадных и иногда весьма серьезных проблем у всех членов коллектива.

Представим, что вы – начальник, владелец фирмы? Подчиненные ленивы? Любой ваш проект идет со скрипом и от сотрудников нельзя отвернуться ни на минуту? Вам наушничают? И вы бесконечно раздражены интригами и распрями? Вы не знаете, как это прекратить и наконец-то заставить их работать? Вам кажется, что у вас уже никогда ничего не выйдет с этими людьми, но ведь не увольнять же всех?

Или, наоборот, вы – обычный рядовой сотрудник. Жизнь ваша тяжела и безрадостна. Начальник деспот, и почему он прислушивается только к дуракам и не ценит ваши советы? А еще никто из сотрудников не поздравил вас с днем рождения... Может быть и другая ситуация: вы – молодой специалист. А все вокруг надутые и недоброжелательные! Помочь некому, только осмеют. А у вас было столько предложений...

Конечно, отношения в коллективе обусловлены различными причинами. Но жизненный опыт подсказывает, что результаты работы во многом зависят от того, являются ли сослуживцы единомышленниками и представляют ли собой слаженную команду. Отношения между людьми не могут быть **чисто служебными**, хотя такая фраза употребляется довольно часто. А, возможно, именно поэтому мы иногда не можем полностью реализовать и найти себя в профессиональной сфере.

Как много мы упускаем в жизни, заикливаясь на сослуживцах как на винтиках производственного процесса! Мы не знаем друг друга, и даже испытываем враждебность и страх по отношению к коллегам по работе! Мы разучились общаться, не ходим на работу как на праздник (а ведь было такое выражение!), не отмечаем вместе праздники, не поздравляем друг друга!

Многие организации осторожно относятся к увеселительным мероприятиям. Наверное, никакой руководитель не одобрит застолий после, а тем более во время работы. Кроме того, в любом коллективе есть люди, и обычно это не самые плохие работники, которые не употребляют спиртных напитков. Как же быть?

Выход прост. Собственно, практика корпоративных вечеринок существовала достаточно давно и успешно развивалась все то время, пока мы экспериментировали то с партсобраниями, то с указами о борьбе с пьянством, то с безалкогольными свадьбами и тому подобными мероприятиями. Алкоголизм и пьянство как-то в этой борьбе даже окрепли, хотя временно оказались на нелегальном положении, но куда-то в самом деле девались традиции собираться на работе по праздникам, поздравлять друг друга, в неформальной обстановке обсуждать производственные проблемы.

Получается, что пока одни совершенствовались в разливании под столом, а другие ханжески пытались ускользнуть пораньше с тем, чтобы гордо сообщить начальству о неблагона-

дежности коллег, во всем остальном мире нарабатывались традиции неформального общения людей, работающих вместе.

В настоящем издании мы хотим облегчить задачу тем руководителям, которые видят свой коллектив одной командой, способной решать как текущие задачи, так и работать на перспективу.

Также здесь можно найти рекомендации по организации таких мероприятий, как презентация, открытие фирмы, различных праздников и просто юбилеев.

## ТРАДИЦИИ И НОВШЕСТВА



Коллектив вашей фирмы – это совокупность людей, объединенных одной производственной задачей. Каждый из них обладает уникальным потенциалом, который должен быть раскрыт наиболее полно и эффективно для достижения наилучшего успеха в работе. Если ваша команда работает слаженно и эффективно, у членов вашего коллектива возникает естественное желание общаться не только на рабочем месте и не только в рабочее время. Руководителю логично поощрять это. Ведь от доброжелательности друг к другу, взаимопомощи зависит благополучие вас и ваших сотрудников.

Как известно, закон не может вместить в себя весь регламент поведения в каждом рабочем коллективе. В цивилизованном мире давно существуют такие понятия, как *корпоративная культура* и *корпоративный кодекс*. Это внутреннее соглашение между работниками о правилах поведения во время работы, субординации, особенностях работы в фирме. Кодекс отражает и общение сотрудников после работы, так как слаженная работа коллектива зависит и от личных отношений сотрудников.

Но корпоративные мероприятия – это не только вечеринки для сотрудников. Само понятие намного шире. Конечно, оно включает в себя акции, направленные на повышение рейтинга фирмы и включающие в себя элементы рекламы. Такие мероприятия, как презентация, открытие фирмы, прием для деловых партнеров – это лицо вашей фирмы, ваш имидж и успешность вашей деятельности. Соответствие мировым стандартам в смысле культуры проведения и знание мировых традиций корпоративных праздников делает вас и вашу фирму более предпочтительным партнером на мировом уровне.

Конкурсы в коллективе, которые повышают квалификацию сотрудников и дают стимул для совершенствования – это интересный и перспективный для любого сотрудника способ показать себя. Учеба, наставничество и создание управленческого резерва из лучших сотрудников – это также очень полезная традиция. Обо всем этом, а также о многом другом, не менее интересном и полезном, вы прочтете на страницах этой книги.

В нашем пособии найдутся рекомендации о том, как организовать вечеринку для сотрудников и большое мероприятие вроде банкета в честь открытия фирмы; советы по организации праздничного стола, украшению и выбору помещения для проведения праздника, звуковому сопровождению; варианты праздничных сценариев и меню; рецепты блюд; тосты, шутки и розыгрыши. Вы найдете календарь профессиональных праздников и узнаете о некоторых вопросах безопасности.

Вместе со стремительным развитием новых экономических отношений меняется вся наша жизнь. Судя по тому, что вы обратились к нашему изданию, некоторых успехов вы уже достигли и осознали необходимость организации нового способа неформального общения между людьми. Наверное никому не нужно доказывать, что человек всегда нуждался в праздниках.

Нам хочется поближе познакомиться с коллегами и партнерами, но возникает некоторая растерянность по поводу организации корпоративных мероприятий.

С недоумением начинаем понимать, что не сохранилось то хорошее, что было в те времена, когда мы собирались на субботники и торжественные вечера... Да, что-то в них было такое... Даже несмотря на то, что все эти мероприятия были подпорченными зачитыванием газетных передовиц.

Конечно, это раздражало, но не это же было главным. А времена борьбы за трезвый образ жизни? Любой нормальный человек предпочтет лучше остаться дома, чем быть оскорбленным прилюдным порицанием за «рюмку», подозрениями в "тайном распитии"... Несмотря на это, людям всегда хотелось просто собираться вместе, потому что в составе своего коллектива мы проводим значительную часть нашей жизни.

По мере того, как мы интегрируемся в мировую экономику и культуру, мы с удивлением узнаем, что никто в цивилизованном мире никогда не пытался разделить или как-то силовым способом регламентировать коллективные мероприятия, не связанные напрямую с профессиональной деятельностью. Напротив, создается такое впечатление, что эта сторона жизни рассматривалась как важнейшая составляющая производственных отношений. Все полезное для коллектива считается полезным для работы, поскольку психологический климат создает оптимальные условия для успешной деятельности компании.

Сегодня мы становимся участниками увлекательнейшего процесса – мы создаем новый пласт культуры. Пока это только первые шаги, которые опираются на уже накопленный другими опыт. Но мы уверены, что самый талантливый в мире народ со временем не только адаптируется к мировым традициям проведения корпоративных мероприятий, но и обогатит копилку мировой культуры и в этой ее части.

Итак, как же можно классифицировать отдельные «кирпичики», из которых складывается корпоративная культура?

Конечно же, в первую очередь, это сам **корпоративный кодекс**. Что может быть в нем? Все то, что не противоречит Трудовому кодексу, и относится к организации работы и отношений между сотрудниками. Многие вносят в него:

- Форму одежды на службе.
- Форму обращения друг к другу.
- Время чаепитий и перерывов.
- Перечень личных вещей, которые можно приносить на работу.
- Порядок обсуждения служебных вопросов.
- Все вопросы внутреннего распорядка.
- Должностные инструкции в расширенном виде.
- Распределение мелких текущих обязанностей и общественных нагрузок.
- Вопросы субординации.
- Регламентирование телефонных разговоров.

- Особые условия (они не должны противоречить законодательству).
- Меры поощрения и наказания сотрудников.
- Условия сверхурочной работы.
- Условия повышения квалификации.
- Участие в спортивных, общественных и развлекательных мероприятиях.
- Вопросы, касающиеся служебной этики.

Разумеется, это далеко не полный перечень вопросов, которые можно в этот документ включить. От того, насколько корпоративный кодекс полон, во многом зависит обстановка на службе, работоспособность сотрудников и сам конечный результат работы фирмы.

Но есть и текущие вопросы – приказы, новшества, новые проекты, предложения, которые нужно довести до сотрудников. К тому же постоянно возникает потребность огласить какую-то информацию, будь то конкурс на замещение вакантной должности, курсы повышения квалификации, анкетирование, субботник или чей-то день рождения. Для того, чтобы как можно быстрее довести эту информацию до коллектива и избежать сплетен, кулуарных разговоров, шептания по углам и ненужного напряжения, как нельзя лучше подходит **корпоративная газета**. Благодаря ей все сотрудники узнают и мнение начальства, и последние новости.

**Корпоративные конкурсы** – это то, что раньше называлось соцсоревнованием. Многие компании проводят их регулярно, и в этих конкурсах выявляются наиболее способные и перспективные сотрудники, которые будут двигать вашу компанию вперед. Призами могут быть путевка на курсы усовершенствования, вышестоящая должность, подарок, памятный знак, плакат или вымпел над рабочим местом, и, конечно же, денежное поощрение. Те же конкурсы могут носить и чисто развлекательный характер. Этот могут быть спортивные соревнования или звание «самый красивый рабочий стол», или «самый безремонтный компьютер», или просто «самый некурящий сотрудник». Главное, чтобы само соревнование не принесло вместо здорового соперничества заурядную склоку. Эта склока, безусловно, раздуется в том случае, если в женском коллективе провести конкурс красоты. Эхо этой баталии будет сотрясать основы вашей конторы долгое время после вручения короны победительнице, которая вместе с короной приобретет стойкую антипатию со стороны абсолютного большинства сотрудниц. Гораздо лучше провести конкурс на лучший проект, и отпраздновать его окончание в неформальной обстановке.

**Система учебы и повышения квалификации** – это также важное корпоративное мероприятие, и чем более тщательно она разработана, тем лучше работает и развивается фирма. В эту систему входят внутренние курсы и курсы, на которые отправляют специалистов для повышения квалификации, выдвижение актива перспективных работников, которые постепенно формируют руководящее звено.

Важную роль в этой системе играет анкетирование, привлечение специалистов-аналитиков, психологов, и других специалистов менеджмента.

**Рабочие совещания**, на которых рассматриваются текущие и новые проекты, тоже могут стать важным стимулом вашего развития и формирования коллективного мышления у сотрудников. В процессе этих совещаний выявляется интеллектуальный потенциал каждого, нарабатываются схемы взаимодействия, люди просто учатся друг у друга.

Однако главная тема нашей книги – это **корпоративные праздники**, целью которых является:

- стимулирование коллективного духа компании;
- развитие творческих начал у сотрудников;
- отдых;
- улучшение настроения у сотрудников и атмосферы в коллективе (снятие стресса у сотрудников, разрядка напряжения в межличностных отношениях).

**Открытые корпоративные мероприятия и праздники** – это те акции, которые представляют фирму. Это презентации, рекламные акции, приемы, встречи со спонсорами, партнерами и даже конкурентами, участие в различных отраслевых конкурсах, обменах и совещаниях.

**Корпоративная вечеринка** – это не только повод лишний раз напомнить о себе и продемонстрировать возможности компании. Сочетание официальной части вечеринки с непринужденным весельем развлекательной программы – это то, что должно запомниться не только гостям, но и сотрудникам.

Не забывайте, что корпоративные вечеринки объединяют не меньше рабочих будней. Высокий уровень корпоративной культуры – залог преуспевания компании. Одна из задач корпоративной вечеринки – зарядить энергией всех сотрудников. После вы заметите, как укрепятся отношения внутри коллектива, насколько повысится эффективность работы и руководство станет ближе к своим подчиненным. Корпоративные праздники повышают качество и интенсивность труда, формируют корпоративную культуру, а также:

- формируют традиции фирмы;
- сотрудники лучше понимают концепцию фирмы, ее цели в недирективной форме.
- сплачивают коллектив;
- укрепляют связи между руководством и сотрудниками;
- демонстрируют заботу руководства о коллективе;
- расширяют дружеские и деловые связи между сотрудниками;
- мотивируют людей к лучшей и качественной работе;
- дают очередной повод фирме для заявления о себе в СМИ.

Проведение корпоративного праздника может быть приурочено к любому торжеству. Чаще отмечают день рождения компании, директора, Новый год, рождество, 23 февраля, 8 марта, юбилей, открытие нового магазина, офиса.

## Глава 2. В ПОМОЩЬ ОРГАНИЗАТОРУ



## ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Как же организовать праздник своими силами? Или, может, предоставить это ответственное дело профессионалам? Не торопитесь с ответом. Итак, вам поручили организацию корпоративного праздника (чаще всего организацию поручают секретарю, помощнику руководителя или менеджеру отдела по работе с персоналом). Обычно на подготовку корпоративного праздника уходит 10–14 дней (для Нового года необходимо как минимум три недели). Не забывайте, чем больше заказов, тем труднее подобрать банкетный зал, пригласить артистов и тамаду, приобрести необходимые аксессуары. Кроме того, чем меньше времени остается до планируемого мероприятия (имеются в виду Новый год, 14 февраля, 8 марта и т. д.), тем выше поднимаются цены. Чтобы организовать праздник, надо придерживаться некоторых правил. Разделите всю организацию праздника на два этапа – подготовку праздника и проведение праздника.

Прежде чем начать подготовку к празднику, необходимо оговорить с начальником следующие пункты:

**Определение цели проведения мероприятия.** Если главная цель проведения мероприятия – просто банкет (или пикник), вам лучше обратиться к стационарному или выездному ресторану или, прочитав дальнейшие рекомендации по организации банкета, воспользоваться ими. Если же главной целью проведения праздника (или другого события) является формирование корпоративной культуры организации, то необходимо будет позаботиться и о сценарии праздника, и о ведущем, и о банкете, и о многом другом. Другими словами, стать психологом, педагогом, режиссером и талантливым организатором, чтобы получить максимальную отдачу от финансовых вложений в проведение мероприятия. Настройтесь на то, что для вас это будет не праздник, а тяжелая работа. Однако этот труд поможет вам приобрести необходимый опыт и стать незаменимым сотрудником по организации и проведению корпоративных праздников.

**Определение бюджета, необходимого для организации мероприятия.** При составлении бюджета нужно:

- составить список приглашенных (кстати, от того, кого будет больше – мужчин или женщин – зависит крепость и количество спиртных напитков);
- определить место проведения праздника;
- продумать меню банкета;
- спланировать оформление помещения и техническое обеспечение;
- решить, необходим ли транспорт, фото– и видеосъемка;
- позаботиться о подарках и призах;
- решить, нужно ли освещение вашего мероприятия в средствах массовой информации и Интернете.

**Определение вида мероприятия.** Вид праздника зависит от вашей фантазии и средств. Можно организовать:

- банкет (шведский стол / фуршет) с культурно-развлекательной программой;
- пикник на природе;
- праздник на теплоходе (пароходе);
- спортивный праздник с играми и соревнованиями.

Провести что-то более оригинальное (костюмированный бал-маскарад, экстремальный праздник, праздник с национальными обрядами и т. д.). Вам помогут в агентствах по организации праздников.

**Выбор места проведения мероприятия.** Это во многом зависит от бюджета. Но не менее важно учитывать характер предстоящего мероприятия, количество гостей и их пристрастия, а также присутствие посторонних гостей, членов семей сотрудников. Важно, будут ли на празднике дети. Выбрать можно – от помещения вашей фирмы (офиса, предприятия и т. д.)

до банкетных залов ресторанов всех уровней, различных клубов, загородных пансионатов и баз отдыха, теплоходов и т. д.

**Составление плана-сценария мероприятия.** План-сценарий делается в виде схемы. В этой схеме должны быть перечислены все составляющие праздника, и все лица, ответственные за отдельные его части. Также должно указываться время работы каждого участника. Решается вопрос о договорах-подряде по некоторым из частей мероприятия, которые закрываются актами о выполнении работ в конце праздника.

Подробные сценарии удобны, но не дают возможности импровизировать. Гораздо лучше набросать сценарный план, который включает основные моменты, временной регламент и общую последовательность событий. Этот план следует тщательно проработать. Если в подготовке можно о чем-то забыть, а затем заметить и исправить ошибку, то во время проведения мероприятия второй попытки не будет. Любая ошибка ведущего программы или музыкантов будет заметна.

С ведущим праздника, лучше познакомиться лично и рассказать ему все о своем празднике и о приглашенных гостях. Ведущий, второй человек, после администратора на празднике, и от того, как он почувствует дух компании, будет зависеть проведение мероприятия и вся организация праздника.

С точки зрения психологов, людям больше всего запоминается начало и конец торжества. В связи с этим, в конце мероприятия необходимо запланировать кульминацию праздничной программы. Это может быть праздничный салют или выброс шаров с предсказанием судьбы или что-то такое, чего никто не ждет.

И самый последний штрих – доставка гостей от места проведения мероприятия до дома. Довольные и немного уставшие от праздничного веселья гости не должны думать, как и на чем они доедут из ресторана или загородного клуба до дома.

Примерная схема плана-сценария:

- проверка акустических возможностей зала;
- определение способов украшения зала (декор, цветы, шары);
- выбор способа рассадки гостей для питания (банкет, шведский стол, фуршет, кофе-брейк и т. д.);
- определение места для кухни в случае работы с выездным рестораном;
- определение места для переодевания артистов;
- составление регламента – расписания всего сценария культурной программы;
- составление регламента выноса и подачи блюд;
- подготовка схемы проезда и парковки машин, решение вопроса с пропусками;
- проверка наличия удобств общего пользования (их количество и качество);
- определение места размещения гардероба (если нет стационарного);
- составление маршрута разезда транспорта;
- составление общего регламента праздника;
- уточнение плана размещения и функций охраны (иногда встает вопрос питания охраны);
- проверка сценария программы на наличие приемов, которые служат формированию корпоративной культуры (для максимальной отдачи от средств, вложенных в праздник);
- заранее определить лучшие видовые точки для фото– и видеосъемки праздника и согласовать их со специалистом;
- согласовать письменно с местным пожарным место проведения фейерверка;
- согласовать письменно в договоре с организацией места проведения праздника (если все делается своими силами, без специалиста), количество сотрудников, необходимых от службы места проведения праздника (электрик, сантехник, гардеробщик, инженер и др.) и их время работы (иногда встает вопрос об их питании);

- подобрать призы и подарки таким образом, чтобы со временем, остались приятные воспоминания о мероприятии.

## ПРИГЛАШЕНИЯ, БУКЛЕТЫ, ОТКРЫТКИ, ПЛАКАТЫ, БЭДЖИ – ПРИЯТНЫЕ И ПОЛЕЗНЫЕ МЕЛОЧИ



Приглашения, буклеты, бэджи – все это необходимый атрибут каждого корпоративного мероприятия. От того, как будет составлено приглашение, зависит то, придет ли гость на праздник. Стиль приглашения должен быть официальным, но не строгим. Каждое приглашение нужно составить так, чтобы человек ощутил свою индивидуальность и избранность. Сам стиль, в котором составлено поздравление, должен «выдавать» степень официальности и закрытости мероприятия. Не стоит на распечатанных бланках писать от руки имя гостя. Лучше набрать все на компьютере. Так приглашенный почувствует себя избранным, а не одним из многих. На приглашаемых билетах обязательно разместите логотип фирмы. Это достаточно запоминающийся маневр.

Можно делать приглашения по телефону, высылать по электронной почте или оговаривать лично (единственное требование – приглашение должно исходить от вас, а не через третье лицо) – все это согласно требованиям этикета. Письменное приглашение больше подходит в том случае, когда вы устраиваете большое торжество, хотя, несомненно, оно годится по любому поводу.

Для приглашений желательно купить одинаковые открытки или использовать официальные бланки вашей фирмы.

Основные правила написания официального приглашения:

- обязательно указываются имя и фамилия приглашенного (при приглашении в менее официальной форме указывается только имя);
- приглашаются оба супруга, причем в данном случае на первом месте всегда ставится имя мужа;
- официальные приглашения всегда пишутся в третьем лице с употреблением выражения «имеем честь пригласить»;
- рекомендуется указывать вид торжества, форму одежды, час и место его проведения.
- желательно, чтобы внешний вид приглашения соответствовал теме праздника.

На пригласительных карточках приняты сокращения и пометки.

**Принятые сокращения:**

s. t. – sine tempore – точно, вовремя, без опоздания;

c. t. – cum tempore – с опозданием на четверть часа;

U.A.w.g. – просьба ответить;

R.S.V.P. – repondez s'il vous plait – просьба ответить.

**Рекомендации по одежде:**

leger (просто): можно джинсы и свитер (темный костюм был бы «не в тему»).

Sommerlich (по-летнему): пестрая летняя рубашка, легкий пиджак свободного покроя или нечто подобное (шорты были бы «недостаточно хорошей одеждой»).

Strassenanzug (мужской костюм на каждый день): нечто более нарядное, чем «leger» – «тройки», обычные костюмы.

Dunkler Anzug (темный мужской костюм): черный либо темно-синий мужской костюм.

Festlich (bei einer Tagesverabstaltung) (нарядно, на дневное мероприятие): «штреземанн» либо «визитка».

Festlich (bei einer Abendverabstaltung) (нарядно, на вечернее мероприятие): смокинг, пиджак для обеда, спенсер.

Grosser Gesellschaftsanzug (мужской костюм для парадного случая): фрак с белым галстуком-бабочкой.

Cravat noir/black tie (черный галстук-бабочка): смокинг или пиджак для обеда.

Cravat blanche/white tie (белый галстук-бабочка): фрак.



**Официальное приглашение выглядит следующим образом:**

(Имя),... (приглашающий)  
имеет честь пригласить Вас  
на... (праздник),  
который состоится в... (место, дата) в... часов.  
Форма одежды...

**Приглашение на открытие предприятия**

Уважаемый господин!  
Наше новое предприятие начнет  
производство... (дата) 200... года, и я  
с удовольствием

приглашаю Вас (и...) принять участие в праздновании по этому поводу.

...

В... (место) состоится обед, после которого последует церемония открытия и экскурсия по предприятию.

Просим подтвердить свой приезд, сообщив нам время прибытия.

С уважением,...

Чтобы еще больше заинтересовать гостя, подготовьте для каждого бэдж с его именем, должностью, званием. Только ни в коем случае не пишите фамилию и инициалы. Лучше так: сначала фамилия, затем имя и отчество. Хочу обратить ваше внимание на то, что в европейских странах не принято обращаться по имени-отчеству. Только имя и фамилия. У нас лишь немногие компании принимают эту традицию.

Чтобы «лишний» раз себя прорекламирровать закажите открытки, брелоки, ручки с логотипом вашей компании. Сами не заметите, как это себя окупит.

Также необходимая «вещь» как для клиентов, так и для партнеров – это буклеты. Они бывают самых различных объемов: от нескольких страниц до нескольких сотен страниц. Все зависит от специфики работы фирмы и от вашего предпочтения – что именно должен включать буклет, что вы хотите в нем отразить.

Создать праздничное настроение помогут плакаты, развешанные по всему помещению с надписями, афоризмами, небольшими стихотворениями, лозунгами и афоризмами.

Естественно, все, что написано на плакатах, должно соответствовать духу мероприятия. Все это мелочи, но они полезны и приятны. Кроме того, по содержанию такой «наглядной агитации» гость легко уловит общее направление, в котором будет происходить собрание, всем будет легче сориентироваться в уровне официальности, найти стиль общения и все это в конечном итоге сделает общение максимально комфортным для всех, поможет ощутить каждому себя «в своей тарелке».

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.