

ВЕДУЩИЙ МЕРОПРИЯТИЙ: ОТ А ДО Я

Учебник по ивенту



Александр Синютин

Ведущий мероприятий: от А до Я. Учебник по ивенту

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69026677

Ведущий мероприятий: от А до Я : учебник по ивенту / Александр

Синютин: СУПЕР Издательство; Санкт-Петербург; 2023

ISBN 978-5-9965-2624-6

Аннотация

Вы держите в руках, возможно, самый подробный учебник по ивенту для ведущих мероприятий. Он будет интересен как начинающим, так и опытным ведущим, а также тем, кто только собирается попробовать себя в этой интересной профессии.

В учебнике есть как методики и технологии, так и готовые решения: сценарии мероприятий, конкурсы, викторины и лотереи.

С помощью этого учебника вы научитесь сами легко составлять прекрасные сценарии свадеб, юбилеев, дней рождения, корпоративов, выпускных, тимбилдингов.

Также речь пойдет о создании своего уникального сценического образа, разработке презентационных материалов, включая сайт, шагах продвижения и способах привлечения клиентов.

Вишенка на торт – способы выхода на премиальный уровень и особенности работы с такими клиентами. Учебник поможет вам подняться на такую высоту мастерства, о которой вы, возможно, даже не мечтали.

Содержание

Шоумен Красавчиков	5
Об авторе	6
Глава 1	7
§ 1. Плюсы работы ведущего	7
§ 2. Минусы работы ведущего	15
§ 3. Что нужно, чтобы стать хорошим ведущим	21
Глава 2	30
§ 4. Виды мероприятий	30
§ 5. Основные особенности частных праздников	35
§ 6. Основные особенности корпоративных праздников	41
§ 7. Основные особенности общественных мероприятий	48
§ 8. Сводная таблица «Особенности и отличия разных видов мероприятий»	54
Глава 3	60
§ 9. Технический и детальный сценарии	60
§ 10. Психология праздника	70
§ 11. Составляем сценарий свадьбы	76
Конец ознакомительного фрагмента.	78

Александр Синютин

Ведущий мероприятий:

от А до Я

Учебник по ивенту

Шоумен Красавчиков

На обложке нашего учебника на гору своего успеха бежит Шоумен Красавчиков. Кто это такой? Конечно, это собирательный образ, но, я уверен, он вам хорошо знаком. Шоумен Красавчиков наверняка есть в вашем городе.

Это он работает на местном телевидении и ведёт там утренние эфиры.

Это он проводит все городские и областные праздники.

Это он возглавляет все списки ТОП-10 лучших ведущих вашего города.

Это он всегда бодр, свеж и позитивен.

Это он получает самые большие гонорары.

Раз он такой популярный и востребованный, именно ему мы доверим визуализировать всё, о чём пойдет речь в нашем учебнике. Он будет помогать нам в путешествии к вершинам ивент Олимпа.

Об авторе

Александр Синютин

- Кандидат социологических наук
- Автор более 20 обучающих программ и курсов о бизнесе, счастье и об ивенте
- Владелец группы компаний Eventail (eventail.ru), с 1999-го года создающей события, мероприятия и проекты премиального уровня в сфере культуры и ивента
- Подробнее об авторе на сайте синютин. рф / sinyutin.ru

Глава 1

Плюсы и минусы работы ведущего

§ 1. Плюсы работы ведущего



Чтобы стать ведущим мероприятий и праздников, по сути, не надо ничего. Человек может просто в какой-то момент проснуться и сказать: «Хочу быть ведущим!» И всё – он ве-

душий. На врача нужно учиться 6 лет в институте, потом пройти ординатуру, потом ещё много чего. У врачей регулярные переаттестации, а у ведущего ничего такого нет. Достаточно одного желания. Другими словами, вход в эту профессию очень легкий.

С одной стороны, это хорошо. Можно начать работать ведущим в любой момент и так же быстро закончить, если надоест или не получится. С другой стороны, из-за легкого входа в профессию ведущими часто пытаются стать все подряд. Из-за обилия этих самых «всех подряд» среди ведущих очень много дилетантов, непрофессионалов. По ним другие люди судят о профессии в целом и зачастую относятся к ведущим неуважительно, иногда даже свысока, как к обслуживающему персоналу. Доказать обратное человеку с микрофоном порой бывает непросто. Для этого понадобятся самоуважение, самообладание и очень качественная работа.

Этот учебник создан для того, чтобы вы смогли стать хорошим ведущим, чтобы вы смогли гордиться тем, что вы выбрали именно это занятие, чтобы вы делали свою работу с удовольствием и на высоком уровне. Хотя, как мы все понимаем, очень многое будет зависеть непосредственно от вас и ещё от того, насколько вы будете соблюдать в работе предложенные в этом учебнике рекомендации.

Давайте начнем с того, что перечислим СЕМЬ очевидных плюсов работы ведущего, чтобы вам еще больше захотелось освоить эту профессию:

Плюс 1: лёгкий вход в профессию

Об этом мы уже поговорили. Отметим для себя этот плюс и пойдем дальше.

Плюс 2: не нужно специального образования

Здесь стоит сделать одно уточнение. Для того, чтобы начать работать ведущим, действительно, никаких особых навыков и специального образования не нужно. Однако для того, чтобы стать хорошим ведущим, придется учиться очень многому: курсы, программы обучения, тренинги вас уже ждут. И, конечно, необходимо будет много практиковаться. Только с опытом вы сможете закрепить и отработать полученные знания.

К сожалению, некоторые ведущие вовсе не считают, что им надо чему-то учиться. Кто-то работает годами и полагается лишь на свой собственный опыт. Правильно ли это? Представьте, если бы так рассуждали стоматологи или хирурги. Вы бы сами доверились таким специалистам? Увы, но, как показывает практика, даже очень много кое-как проведенных мероприятий не сделают человека хорошим ведущим. Стоит признать, что проработав 10–15 лет в этой профессии, большинство самоуверенных противников обучения остаются лишь посредственными массовиками-затейниками, за которых гостям нередко во время мероприятий бывает стыдно.

Плюс 3: не нужно устраиваться на работу

Действительно, ведущий – сам себе начальник. И, при хорошем раскладе, его профессия будет приносить ему вполне приличное количество денег, которых с большой вероятностью хватит на безбедную жизнь. Процесс поиска работы для многих людей других профессий очень мучителен: бесконечные резюме, собеседования, анкетирования, испытательные сроки – настоящее хождение по мукам. К счастью, ведущий может обойтись без всего этого.

Правда, на начальном этапе многие ведущие, делающие свои первые робкие шаги в этой профессии, вынуждены совмещать свою новую творческую стезю с постоянной работой. Это разумно. Ведь постоянная работа обычно дает постоянную зарплату, а ведение мероприятий – вещь очень непостоянная: сегодня заказы есть, а завтра их нет. Рекомендация: отказываться от постоянной работы в пользу ведения мероприятий стоит лишь тогда, когда ваш доход от нового дела будет хотя бы сопоставим, а лучше регулярно больше вашей ежемесячной зарплаты.

Плюс 4: не нужно каждый день ходить на работу

Это неоспоримый и очень важный для многих плюс. Невероятно приятно проснуться в понедельник, подойти к окну, особенно в холодный, непогожий день, посмотреть на спешащих на работу людей, закутаться в плед и лечь досыпать или пойти и неспешно налить себе ароматный, горячий

чай.

Основные рабочие дни ведущих – это пятницы и субботы. Может сложится ощущение, что между ними у ведущих всё время свободно. Это не так. Не надо забывать про звонки и встречи с клиентами, про подготовку мероприятий, про запуск и ведение рекламы, а также про развитие и продвижение своего дела, хотя, если честно, многие ведущие об этом либо периодически забывают, либо вовсе этим серьезно не занимаются. Такое невнимание к крайне необходимым бизнес-процессам в профессии делает их очень уязвимыми в плане доходов и финансов в целом.

Очень важно как можно раньше понять, что, если просто сидеть на месте и не заниматься рекламой и продвижением, клиентов не будет. Хороших клиентов уж точно. А это значит, что своё свободное от проведения мероприятий время стоит посвятить именно бизнес-шагам. Кстати, уже на начальном этапе стоит усвоить одно важное правило: если прокачивать исключительно свои творческие навыки, то есть разрабатывать новые сценарии, пополнять коллекцию костюмов, внедрять новые конкурсы, результатом будет лишь повышение вашего мастерства, но не увеличение количества клиентов, а, соответственно, и ваших доходов. Если же вы хотите, чтобы у вас и доходы росли, придется серьезно заниматься бизнес-процессами, связанными с этим видом деятельности. Речь идет и о маркетинге, и о рекламе, и о качественных презентационных материалах, и о навыках

продаж, и об умении переводить клиентов из разряда разовых в разряд постоянных.

Плюс 5: не нужно финансовых вложений

Уточнение: не нужно ПОЧТИ никаких финансовых вложений. В любом случае, какие-то деньги придется потратить. Хотя бы на свой первый костюм, в котором вы будете вести мероприятия, и свои первые визитки. Конечно, такие вложения не сравнимы, например, с открытием автосервиса или магазина, даже если этот магазин будет работать онлайн. Подытожим: стартовый капитал ведущего может быть лишь условным, по факту – мизерным.

Плюс 6: работа ведущего поможет раскрыть ваш творческий потенциал

Некоторые люди идут работать ведущими исключительно из-за перспективы получения легких денег. Хорошо, что таких людей не так много. Всё же большинство идет вести мероприятия из любви к этому делу. Среди ведущих очень много творческих людей, которые через свою работу проявляют свои таланты, раскрывают свои лучшие качества, искренне даря людям радость.

Плюс 7: возможность хорошо зарабатывать

Нередко гонорар, который получает ведущий за одно мероприятие, сопоставим с месячной зарплатой среднестати-

стического человека, который ежедневно ходит на работу куда-нибудь в офис. Конечно в профессии присутствует сезонность: в межсезонье мероприятий может быть немного, однако в высокие сезоны ведущие нередко получают большое количество заказов и зарабатывают очень приличные деньги. Проблема сезонности решается грамотным предварительным составлением графика занятости по месяцам, а также правильно выстроенной рекламой.

Кроме того, при желании ведущий может создать себе дополнительные источники доходов. Наиболее очевидны те источники, которые непосредственно связаны с самой по себе работой ведущего:

- Допродажи клиентам артистов, фотографов, оформителей и других специалистов;
- Помощь клиентам в организации мероприятий;
- Самостоятельное продюсирование артистов, выступающих на мероприятиях;
- Создание и запуск собственных самостоятельных творческих проектов и так далее.

Бесспорно, список плюсов профессии ведущего можно продолжить, но всё же наиболее очевидные мы назвали.

РЕЗЮМЕ:

СЕМЬ плюсов работы ведущего:

1. Лёгкий вход в профессию
2. Не нужно специального образования

3. Не нужно устраиваться на работу

4. Не нужно каждый день ходить на работу

5. Не нужно финансовых вложений

6. Работа ведущего поможет раскрыть ваш творческий по-

тенциал

7. Возможность хорошо зарабатывать

§ 2. Минусы работы ведущего



Было бы нечестно, поговорив о плюсах, не обсудить ми-

нусы работы в этой сфере. Давайте перечислим ПЯТЬ основных:

Минус 1: нет стабильного заработка

Бесспорно, финансовый потенциал в этой профессии довольно большой. Однако, как уже было отмечено, многим творческим людям с трудом даются шаги по бизнесу. Поэтому клиентов такие люди предпочитают получать только по рекомендациям, в простонародье – «по сарафану». Способ этот надежный, но гарантий получения постоянного потока клиентов не даёт. Поэтому в какой-то момент ведущий, полагающийся исключительно на «сарафан», может оказаться без заказов и, соответственно, без денег.

Минус 2: неуважаемая профессия

Так сложилось, что профессия «ведущий мероприятий» не считается в нашем обществе престижной и уважаемой. Часто родители людей, работающих ведущими, стесняются говорить друзьям и коллегам, чем занимается их сын или дочь, будто бы они занимаются чем-то постыдным. Некоторые родители даже периодически с сожалением и тяжёлыми вздохами повторяют риторический вопрос, обращённый к их «нерадивому» чаду: «Ну, когда ж ты уже устроишься на нормальную работу?!» Да, стоит признать, что ведущему придётся регулярно сталкиваться с такими неприятными стереотипами. Некоторые причины такого негативного отно-

шения к этой профессии в нашем обществе мы с вами уже обсудили. Этот факт просто придётся признать и внутренне принять.

Минус 3: необходимость выступать публично

Как утверждают многочисленные социологические опросы, для абсолютного большинства людей страх публичных выступлений – это один из самых больших страхов в жизни. Так что готовность выходить на сцену и свободно общаться с незнакомой аудиторией присутствует далеко не у всех. Природой заложено так, что волнение перед любым публичным выступлением сохраняется всегда и у всех, даже у самых известных и опытных актёров и ведущих. Некоторые не очень профессиональные ораторы пытаются скрыть своё естественное волнение излишней активностью, порой даже назойливостью, что всегда работает против них и раздражает гостей. Стоит запомнить, что любой негатив от аудитории всегда эмоционально бьёт ведущего, нанося серьёзный вред его психике. Во многом поэтому ведущему так важно регулярно обучаться, совершенствоваться, повышать свой профессионализм, хотя бы просто в целях самосохранения.

Минус 4: много внутренних страхов

Устойчивая психика, как уже было сказано, очень важный элемент в фундаменте профессии ведущего. Однако, помимо страха публичных выступлений, многие ведущие, явля-

ьясь тонко чувствующими, уязвимыми, творческими людьми, сталкиваются с целым набором других страхов, с которыми им не всегда просто справиться. Давайте перечислим некоторые из них:

- Страх, что не будет клиентов и заказов;
- Страх в какие-то месяцы остаться без денег;
- Страх назвать высокую (или хотя бы адекватную) цену за свои услуги;
- Страх в принципе в какой-то момент поднять цену на свои услуги;
- Страх, что вас никто не знает, а вокруг много более опытных и известных коллег;
- Страх, что у вас недостаточно опыта;
- Страх, что гостям не понравится, как вы ведете.

Возможно, вас одолевает ещё какой-нибудь страх, который не был указан в списке. Суть в том, что каким бы ни был ваш индивидуальный страх, если он существует, он определённо будет мешать вам жить и работать. И от подобных страхов придётся избавляться, возможно не сразу, а со временем, но над этим надо будет работать.

Минус 5: неопределенность и нестабильность

О нестабильном заработке мы уже поговорили. Помимо него ведение мероприятий – в целом одна из самых социально нестабильных и незащищённых профессий. Допустим,

начинается пандемия. Все госслужащие подстрахованы ежемесячными зарплатами, а ведущие мероприятий тут же остаются без заказов, без денег и без каких-либо надежд на стороннюю поддержку. Кроме того, ведущих никуда ни на какую работу в офис или на предприятие не возьмут. А если и возьмут, то с большим скрежетом и неохотно. Давайте также вспомним другие типичные форс-мажоры. Не раз было, что по какой-нибудь причине сверху власти спускали на предприятия негласное распоряжение – не тратить большие средства на новогодние корпоративы. В результате ведущие оставались без заказов на декабрь – январь, то есть на те месяцы, которые как раз обычно и кормят многих всю зиму и всю весну до летнего свадебного сезона.

Попав пару раз в такой социальный водоворот неприятностей, некоторые ведущие начинают осознавать, что их родители были не так уж неправы, когда говорили, что «всю жизнь по сцене не проскачешь». Так что о стабильности и определенности в этой профессии говорить не приходится.

Скорее всего можно найти и другие минусы в работе ведущего, но основные мы с вами рассмотрели.

РЕЗЮМЕ:

ПЯТЬ минусов работы ведущего:

1. Нет стабильного заработка
2. Неуважаемая профессия
3. Необходимость выступать публично

4. Много внутренних страхов

5. Неопределенность и нестабильность

§ 3. Что нужно, чтобы стать хорошим ведущим



Как уже было сказано, вход в профессию ведущего мероприятий очень легкий. Для того, чтобы стать обычным, заурядным ведущим нужно очень немногое:

- Ваше желание вести мероприятия,
- Один костюм / или платье,
- Отсутствие страха публичных выступлений,
- Провести хотя бы одно мероприятие, пусть даже бесплатно.

Если же вы хотите стать хорошим ведущим, потребуется нечто большее. Перед тем, как мы подробно поговорим об этом, давайте сначала остановимся на том, что может серьезно помешать вам на этом пути; обратим внимание на пару вещей, которые делать категорически не стоит.

Действительно, вход в профессию довольно несложный, но уже даже на самых первых этапах деятельности некоторых ведущих подстерегает серьезная эмоционально-социальная опасность – они «ловят звезду», и им начинает сильно «жать» непонятно откуда взявшаяся «корона на голове». Дело в том, что у некоторых новичков уже после первого проведенного мероприятия порой приходит головокружение от успеха. Человек только-только едва не умер на сцене и не наделал под собой от испуга и стресса лужу, и вдруг ему в голову прилетает невероятная идея – написать на своей визитке рядом со словом «ведущий» аббревиатуру «VIP», чтобы получилось нечто типа:

Х

ИВАН ПОМИДОРОВ VIP-ведущий на Ваш праздник!

Не надо так! Пожалуйста, будьте адекватны и реально оценивайте свой профессиональный уровень. Кстати, замечено, что аббревиатуру «VIP» на своих визитках чаще всего пишут именно начинающие или мало профессиональные ведущие. Умные и тактичные люди, на самом деле являющиеся профессионалами высокого уровня, так не делают. Согласитесь, сложно представить, чтобы Федор Бондарчук или Никита Михалков написали на своих визитках «**VIP-режиссёр**».

Из неадекватного замечено также, что некоторые начинающие ведущие тщательно скрывают свой реальный опыт, пытаясь его «слегка преувеличить». Возможно, кто-то из клиентов и поверит таким «преувеличениям», однако бывалые клиенты и опытные организаторы праздников распознают подобные хитрости сразу. Очень часто, если новичок начинает привирать, что ведет мероприятия уже полгода, это на самом деле означает, что предстоящий праздник будет у него вообще первым или вторым. Если же начинающий ведущий лукавит, что активно проводит праздники уже год,

его реальная практика зачастую вряд ли превышает один-два месяца. Поверьте, эти обманы видны. И если вас не вычислят с самого начала в процессе переговоров, ложь всё равно вскроется, когда вы возьмёте микрофон и выйдете на сцену. Конечно, наивных ведущих-обманщиков можно понять, ведь никому не хочется признаваться в своей неопытности. Однако, пожалуйста, не врите, говорите всё честно, как есть. В конце концов неопытность ведущего нередко компенсируется для клиента невысокой ценой за его услуги. Кроме того, если вы сразу всё честно скажете, при любых сложных ситуациях претензий к вам будет меньше и, если что, вам всегда помогут сами заказчики. А вот если соврёте, реакция клиентов на любой ваш «косяк» будет противоположной и крайне неприятной для вас.

А теперь давайте поговорим о том, что нужно, чтобы стать хорошим, да ещё и востребованным ведущим. Обозначим ВОСЕМЬ основных моментов, которые помогут ведущему в его восхождении к вершинам ивент-Олимпа и большим гонорарам:

Пункт 1: ораторские навыки

Мало не бояться сцены, нужно её полюбить, почувствовать на ней себя свободно и комфортно. Как мы уже говорили, многие не очень профессиональные ведущие стараются скрыть свой внутренний страх перед аудиторией излишней активностью, весёлостью, иногда пафосом и самолюбо-

ванием. Возможно, вы видели таких ведущих. Они нередко пытаются вести себя излишне развязно, говорить наиграно, неестественным голосом, с вычурными, театральными нотками, будто играя на сцене роль самих себя. Такие «излишества» допустимы в театре, но очень нежелательны на мероприятиях и праздниках.

Запомните важное правило ведения мероприятий: люди не любят, когда перед ними выступают, люди любят, когда с ними общаются. Великие ораторы производили колоссальное впечатление и вели за собой народы, потому что они говорили с людьми напрямую, обращались искренно, честно и открыто.

В актерском мастерстве одни законы, в ораторском искусстве другие. Путать их не стоит. Когда вы выходите во время мероприятия на сцену, вам не нужно играть никакую роль, вы представляете самого себя и никого больше. Если вы научитесь общаться одинаково и на кухне, и на сцене, в профессии ведущего вас ждет большой успех, признание и высокие гонорары.

Пункт 2: приятная внешность

Ведущий должен хорошо выглядеть. Согласитесь, смотреть на красивого человека всегда приятнее. Однако, если Боженька не дал вам модельную внешность, это не значит, что путь в успешные ведущие вам закрыт. Необходимо по меньшей мере быть чистоплотным, ухоженным и аккурат-

ным. Спортзал и правильное питание должны стать для вас нормой. Про некоторые другие секреты внешнего вида мы поговорим позже в отдельной главе.

Пункт 3: оригинальные сценарии

Если заказчик ищет на свое мероприятие ведущего, это значит, что домашнего застолья ему недостаточно. При этом вряд ли кому-то из клиентов нужны банальности, заезженные шутки, тупые конкурсы и типовые сценарии. Любому заказчику хочется хорошего праздника с интересной программой. Далее мы подробно познакомимся с разными видами праздников, разберем их основные особенности и отличия друг от друга, научимся составлять хорошие сценарии к самым популярным видам мероприятий: свадьбам, корпоративам, юбилеям и некоторым другим.

Пункт 4: интересные конкурсы

Вы видели, как на некоторых праздниках мужчины катают через штанины куриные яйца? Вы видели, как девушки лопают попами воздушные шарики, имитируя половые акты? Возможно, в такие моменты вам, как и многим другим, было противно и стыдно за гостей и за ведущего, который предлагал эти пошлости. Если вы на самом деле хотите стать хорошим ведущим, научитесь составлять и проводить интересные, увлекательные и непошлые конкурсы. Этому мы тоже уделим в нашей книге достойное внимание.

Пункт 5: хороший диджей

Удобнее всего работать со «своим» диджеем. Если до сих пор у вас его нет, хорошо бы его поскорее найти. Как вы его узнаете? Скорее всего просто почувствуете: это он! Хороший диджей поможет серьезно повысить качество вашей работы в глазах заказчика, а вам лично облегчит выполнение большинства задач. Хороший диджей может стать вашим помощником, частью вашей команды и, возможно, вашим другом. Только, когда станете успешным, не забудьте его вклад в ваши результаты и ваш профессиональный рост. Иногда вполне достаточно простой, искренней, человеческой признательности.

Пункт 6: умение продавать свои услуги

Мы уже говорили о том, что помимо творческих навыков, вам потребуются бизнес-технологии. Умение продавать свои услуги – одно из главных условий ваших доходов. В рамках этой книги мы не будем касаться техник продаж, однако внимательно прочитайте последнюю главу. Там будет предложено решение в том числе и этого вопроса.

Пункт 7: качественные презентационные материалы

Ваши выверенные презентационные материалы сыграют не меньшую роль в росте ваших доходов, чем навыки про-

даж. Как ведущему вам имеет смысл разработать и создать для себя следующие основные материалы:

- Сайт,
- Визитку,
- Композитку,
- Карточки ведущего,
- Профили в соцсетях.

Каждый из этих материалов мы подробно разберем в следующих главах.

Пункт 8: реклама и продвижение

Конечно, «сарафанное радио» может привести вам клиентов. Но грамотная реклама способна увеличить поток клиентов в разы. Мы не будем разбирать приемы продвижения, однако стоит еще раз повторить: обратите внимание на последнюю главу этой книги. Там вы найдете для себя удачные решения и в этом вопросе.

Помимо указанных выше пунктов для того, чтобы стать хорошим ведущим, вам очень пригодятся юмор и талант к экспромтам, а также искренность и интеллект. Дополнительно в профессиональном и финансовом росте могут помочь владение иностранным (особенно английским) языком, умение петь или играть на музыкальных инструментах, владение оригинальными навыками, например, показывать фокусы. Однако эти дополнения совсем не обязательны. При непра-

вильном подходе к своим талантам и ошибках в собственном профессиональном позиционировании, увы, нередко так называемые «поющие ведущие» зарабатывают сущие копейки по сравнению с более успешными «непоющими» коллегами. Очень важно научиться правильно позиционировать и грамотно использовать свои дополнительные навыки и таланты. Углубляться дальше в эту тему в рамках этой книги мы не будем.

Мы обозначили основные моменты, которые приведут вас к успеху в ведении мероприятий. В следующих главах разберем некоторые из них подробнее.

РЕЗЮМЕ:

ВОСЕМЬ моментов, которые помогут стать хорошим ведущим:

1. Ораторские навыки
2. Приятная внешность
3. Оригинальные сценарии
4. Интересные конкурсы
5. Хороший диджей
6. Умение продавать свои услуги
7. Качественные презентационные материалы
8. Реклама и продвижение

Глава 2

Виды мероприятий и их особенности

§ 4. Виды мероприятий



Иногда даже опытные ведущие пытаются работать на разных видах праздников практически по одному и тому же сценарию. Кто-то делает это годами и особо не жалуется. А кто-то после тяжелых и неудачных мероприятий винит во всех

проблемах гостей: «Сегодня что-то публика не очень». На самом деле «неудачными» мероприятия становятся в большинстве случаев из-за плохих, неправильно составленных сценариев. Если вы разберетесь в психологических особенностях мероприятий, их отличиях друг от друга, и научитесь писать хорошие сценарии, количество ваших «неудачных» мероприятий резко сократится, а возможно, все ваши мероприятия будто по мановению волшебной палочки вдруг станут удачными.

Видов мероприятий и праздников очень много. Мы рассмотрим основные, на которые чаще всего приглашают ведущих. Чтобы было удобнее ориентироваться, введём некоторую систематизацию, разделим мероприятия на 3 большие группы:

- Частные,
- Корпоративные,
- Общественные.

К основным **частным** мероприятиям относятся:

- Свадьбы,
- Юбилеи,
- Дни рождения,
- Детские праздники.

К основным **корпоративным** мероприятиям относятся:

- Корпоративы:

- Новогодний корпоратив,
- День рождения компании,
- Профессиональный праздник,
- Тимбилдинг (летний корпоратив).
- Выставки,
- Конференции:
 - Конференции,
 - Пресс-конференции
 - Симпозиумы,
 - Роуд-шоу.
- Презентации:
 - Презентации,
 - Награждения,
 - Открытия.

К основным **общественным** мероприятиям относятся:

- Выпускные,
- Дни города / района / молодежи / студентов,
- Концерты,
- Вечеринки (в том числе клубные).

Давайте объединим все основные виды мероприятий в удобную таблицу.

Виды мероприятий

ЧАСТНЫЕ	КОРПОРАТИВНЫЕ	ОБЩЕСТВЕННЫЕ
Свадьбы	Корпоративы	Выпускные
Юбилеи	Выставки	Дни города
Дни рождения	Конференции	Концерты
Детские праздники	Презентации	Вечеринки

Чисто теоретически, наверное, существуют такие ведущие, которые могут проводить хорошо все виды мероприятий. Но даже такие уникалы вряд ли получают от всех видов мероприятий одинаковое удовольствие. Как и в любой другой профессии, среди ведущих существует специализация. Абсолютно нормально, что кому-то интереснее вести свадьбы, а кому-то – корпоративы.

Возможно, вы только собираетесь стать ведущим, а может быть, уже давно ведете праздники. Вне зависимости от этого, давайте поговорим о том, чем же одни виды мероприятий принципиально отличаются от других. Когда мы разберемся в основных отличиях и особенностях, вам будет легче научиться составлять хорошие сценарии и проводить великолепные мероприятия. Начнем с **частных** праздников.

РЕЗЮМЕ:

ДВЕНАДЦАТЬ основных видов мероприятий:

Частные:

1. Свадьбы
2. Юбилеи
3. Дни рождения
4. Детские праздники

Корпоративные:

5. Корпоративы
6. Выставки
7. Конференции
8. Презентации

Общественные:

9. Выпускные
10. Дни города
11. Концерты
12. Вечеринки

§ 5. Основные особенности частных праздников



Напомним, что к частным праздникам принято относить свадьбы, юбилеи, дни рождения и детские праздники.

Свадьба

Как мы все прекрасно знаем, свадьба – это праздник, по-

священный рождению новой семьи. А значит, это праздник о перспективах, о будущем. Никому из присутствующих на свадьбе заранее не известно, как в дальнейшем сложится судьба молодых: будут ли они жить долго и счастливо или разбегутся через год. Фактически это праздник про надежды и ожидания, которые в реальности могут и не сбыться. Из-за некоторой неопределённости будущего, а также, будем объективными, большого количества разводов, с одной стороны, заказчики свадеб чаще всего хотят сделать событие очень ярким и запоминающимся, а с другой стороны, нередко часть этих же заказчиков готова на празднике сэкономить.

Требования к ведущему:

Требования к ведущему на свадьбе от большинства клиентов почти всегда максимальны, а вот гонорары не всегда бывают так же высоки, как предъявляемые запросы и ожидания. Когда вы будете выбирать свою специализацию, стоит учесть все эти особенности.

Юбилей

Если свадьба – праздник о будущем, юбилей всегда мероприятие о прошедшем: это взгляд назад, подведение жизненных итогов, пусть даже промежуточных. Для юбиляра празднование круглой даты – это признание его достижений и надежда на то, что в будущем он будет жить по меньшей мере

не хуже. Когда у человека, с одной стороны, особо заметных жизненных достижений не наблюдается, а с другой стороны, не хватает денежных средств, юбилей он старается не организовывать. А вот если финансы позволяют, на юбилеях заказчики как правило предпочитают не экономить. Им важно показать гостям, что в жизни они достигли многого и теперь многое могут себе позволить.

Требования к ведущему:

На гонораре ведущего юбиляры предпочитают не экономить. При этом от ведущего они в первую очередь требуют тактичность, деликатность и интеллект, а не конкурсы и развлечения.

День рождения

Дни рождения отмечаются значительно чаще юбилеев. Соответственно, ценность дней рождения для заказчиков по сравнению с юбилеями обычно ощутимо ниже. Если даже какой-то день рождения пройдет «не очень», не так страшно – следующий можно будет провести лучше. Если на свадьбы и юбилеи ведущих приглашают часто, то на дни рождения – значительно реже. В среднем и денег на них заказчики тратят меньше.

Требования к ведущему:

В отличие от свадеб и юбилеев требования к ведущему на празднованиях дней рождения как правило не очень высокие, но и гонорары также небольшие. Проведение дней рождения – неплохой, довольно безопасный и мало стрессовый старт в профессии.

Детский праздник

Часто можно услышать фразу – «дети наше всё». Действительно, многие люди готовы экономить на себе, но не хотят экономить на своих детях. Взрослые не всегда организуют собственные дни рождения, но детские стараются отмечать регулярно, особенно пока ребенок не вырос. Если доходы родителей позволяют, отмечают не только дни рождения ребенка, но и детские выпускные, Новый год и еще некоторые сопутствующие счастливому детству праздники.

С учётом того, что подобных радостных событий у ребенка в течение года может быть достаточно много, даже в очень состоятельных семьях далеко не все родители готовы выделять на каждое из них большие бюджеты. Конечно, существуют исключения. Как правило, день рождения ребёнка и Новый год отмечают масштабнее других детских мероприятий. Также в некоторых «особых» случаях, когда родители за счёт детского праздника хотят продемонстрировать своим знакомым собственные финансовые возможности, бюджеты на детские праздники могут выделяться просто астрономи-

ческие.

Если же говорить про самих детей, то в большинстве своём они менее амбициозны своих родителей, при условии, что богатые родители не успели свернуть детям мозги «понтами», вседозволенностью и прочими дурными манерами. Зачастую даже в очень богатых семьях ребёнку вполне хватает сладкого стола в компании друзей и пары, а то и одного аниматора, который, как правило, и берет на себя роль ведущего детского праздника.

Требования к ведущему:

Дети особенно тонко чувствуют любую наигранность и фальшь. Чтобы вести детские праздники, во-первых, надо любить детей, во-вторых, не бояться их, и в-третьих, быть абсолютно открытым и искренним, даже в театральном костюме или внутри ростовой куклы. Гонорары на детских праздниках, как правило, незначительны, хотя, конечно, бывают и исключения.

РЕЗЮМЕ:

Основные требования к ведущему на **частных** праздниках:

- Свадьба

Высокая конкуренция среди ведущих. Требования заказчиков максимальны. Гонорары могут быть высокими, но далеко не всегда.

- Юбилей

От ведущего, в первую очередь, требуется такт и интеллект, а не задор и весёлые конкурсы. На гонорарах заказчики как правило не экономят.

- День рождения

Дней рождения много – требования к ведущему обычно невысоки, однако и гонорары чаще всего небольшие. Проведение дней рождения – хороший вход в профессию ведущего.

- Детский праздник

Для проведения детских праздников надо любить детей и быть искренним. Гонорары чаще всего минимальны.

§ 6. Основные особенности корпоративных праздников



Итак, мы рассмотрели группу наиболее популярных частных праздников. Теперь давайте поговорим об основных видах корпоративных мероприятий. К ним, как мы уже отметили ранее, относятся корпоративы, выставки, конференции и торжественные события.

Все эти праздники объединяет одна интересная черта – ни

у кого из заказчиков корпоративных мероприятий нет личной заинтересованности в том, чтобы всё прошло хорошо. Это не значит, что заказчикам и их представителям совсем наплевать на качество корпоративных мероприятий. Речь лишь о том, что каким бы важным и сложным мероприятие ни было, оно, как правило, не затрагивает личную жизнь кого-либо из компании: будь то ответственный менеджер, директор или даже учредитель. При этом все мы помним поговорку: своя рубашка ближе к телу. Эта поговорка напоминает нам, что для любого представителя заказчика – обычно девочки-менеджера, назначенной отвечать за организацию предстоящего мероприятия, её личная свадьба безусловно будет намного важнее самого важного корпоративного симпозиума, открытия, выставки или юбилея компании, в которой она работает.

Зачем нам эта информация? Дело в том, что именно степень личной заинтересованности заказчика в результатах мероприятия принципиально отличает частные и корпоративные праздники. Это отличие серьезно влияет в том числе и на то, какой именно ведущий будет выбран той самой девочкой-менеджером на то или иное мероприятие. Вполне возможно, на свою свадьбу такая девочка позовёт одного ведущего, а для проведения корпоратива выберет совсем другого человека.

Корпоратив

Ранее были упомянуты 4 основных вида корпоративов: новогодний корпоратив, день рождения компании, профессиональный праздник и летний тимбилдинг. Конечно, концепция праздника, сценарий и особенности работы ведущего, в первую очередь, будут зависеть от целей мероприятия. Цели могут быть, например, такими:

- Подвести производственные итоги,
- Наградить лучших сотрудников,
- Сплотить коллектив,
- Просто отдохнуть, развлечься,
- Показать сотрудникам «крутизну» и статус компании, в которой они работают, и так далее.

Всё же зачастую основной задачей любого корпоратива является именно отдых и развлечение сотрудников в кругу коллег по работе. Естественно, все люди любят отдыхать по-разному. Ведущему стоит запомнить: не нужно на корпоративном мероприятии мешать людям отдыхать так, как им хочется. Задача ведущего – предложить гостям свою развлекательную программу лишь как один из возможных вариантов отдыха. Однако гости имеют полное право вообще проигнорировать предложенную им программу, при этом неплохо отдохнуть самостоятельно, без неё. В этом нет и не должно

быть никакой проблемы, в том числе и для ведущего. Если гости отдохнут, порадуются и уйдут домой в хорошем настроении, значит, основная задача праздника была решена, и ведущий выполнил свою работу хорошо.

Требования к ведущему:

Для проведения корпоративов чаще всего заказчики выбирают весёлого, жизнерадостного, даже нередко болтливо-го человека, желательно приятной наружности, а лучше прямо красивого. Классический КВНщик – идеальный образ ведущего корпоративов. Наличие интеллекта и тактичности, которые так необходимы на свадьбах, и особенно на юбилеях, для проведения корпоративов заказчиков обычно интересую в последнюю очередь. Если при внешней импозантности и остроумии ведущий умудрится быть ещё и ненавязчивым, большое количество заказов ему обеспечено.

Гонорары ведущего за корпоративы нередко вполне сопоставимы с гонорарами за свадьбы, при этом требований к ведущему значительно меньше. Корпоративы не подходят для совсем начинающих ведущих как стартовая площадка, однако могут служить вполне благодатной и доходной нишей в последствии, при получении некоторого опыта.

Выставка

Если заказчики принимают решение пригласить на свой

выставочный стенд ведущего, обычно они ставят перед собой одну главную задачу – стать заметными и привлечь максимальное количество посетителей на свой стенд. Именно из решения этой задачи и надо исходить ведущему при составлении программы.

Требования к ведущему:

Для работы на выставке ведущему не обязательно обладать невероятной природной красотой. Гораздо важнее – составить грамотную программу и придумать активности, которые смогут привлечь посетителей на стенд заказчика. Гонорары за работу на выставках обычно невысоки, однако и сама работа не является очень сложной.

Конференция

К категории «Конференция» мы отнесем и другие виды деловых мероприятий: симпозиумы, пресс-конференции, форумы, роуд-шоу и некоторые другие. На всех подобных мероприятиях ведущий чаще всего выполняет функции «модератора». В его задачи входит структурировать мероприятие, задать ему нужный формат, порядок и темп. Часто ведущего просят представлять спикеров и задавать им вопросы.

Требования к ведущему:

Главным критерием при выборе ведущего на любое деловое мероприятие является интеллект претендента. Также к позитивным факторам заказчика отнесут погружённость ведущего в тематику мероприятия или хотя бы знакомство с ней; приятную, а скорее даже располагающую внешность, хорошо поставленный голос и грамотную речь. Нередко гонорары за проведение серьезных деловых мероприятий бывают выше гонораров за любые другие мероприятия.

Презентация

Помимо презентаций как таковых к этой категории мероприятий стоит также отнести открытия, награждения, светские рауты и любые другие виды корпоративных чествований. На таких мероприятиях заказчик, как правило, хочет продемонстрировать гостям собственный высокий уровень, статус и престиж. Иногда пафос и «крутизну».

Требования к ведущему:

В связи с ключевыми задачами заказчика от ведущего требуется ошеломительный внешний вид, приятный голос и строгое следование заранее написанному и утвержденному сценарию. Гонорары за презентации сопоставимы скорее с работой на выставках нежели с более высокими оплатами проведения конференций.

РЕЗЮМЕ:

Основные требования к ведущему на **корпоративных** мероприятиях:

- Корпоратив

Нужна хорошая программа и интересные конкурсы. Ведущий должен быть весёлым и позитивным. Гонорары сопоставимы со свадебными.

- Выставка

Главное – хорошо продумать программу и активности, чтобы привлечь на стенд заказчика как можно больше посетителей. Гонорары невысокие.

- Конференция

Ключевым критерий выбора ведущего – его интеллект. Гонорары могут быть выше, чем за другие виды мероприятий.

- Презентация

Главное – внешность ведущего. Он должен быть блистательно хорош. Плюс голос и чёткое следование инструкциям заказчика. Гонорары средние.

§ 7. Основные особенности общественных мероприятий



А теперь давайте рассмотрим основные виды общественных мероприятий. К ним относятся: выпускные, дни города, концерты и вечеринки.

Выпускной

Конечно, выпускные устраивают и в детских садах, и в институтах, и в военных училищах. Однако ведущих чаще всего приглашают на школьные выпускные. При этом надо понимать, что деньги на такие мероприятия выделяют не сами школьники, а их родители, ещё и вскладчину. В связи с этим, сверстать бюджет подобных мероприятий, а потом ещё и со всех собрать деньги – это почти всегда боль для организаторов – учителей и родительского комитета. Если речь не идёт о привилегированных частных лицеях, гонорары за ведение выпускных редко бывают большими.

Как уже было сказано, за выпускные платят родители, на мероприятии присутствуют учителя, а порадоваться всему происходящему в первую очередь должны выпускники. Ситуация несколько напоминает басню про лебедя, рака и щуку. У всех трех категорий гостей очень разные, иногда противоположные, а порой даже взаимоисключающие понятия о том, как именно должен пройти праздник. Это ставит ведущего в несколько щекотливое положение.

Требования к ведущему:

Самое пристальное внимание ведущему необходимо уделить составлению хорошо выверенного, сбалансированного и довольно спокойного сценария, включающего в себя

несколько стандартных, эмоционально нейтральных блоков. Чем точнее ведущий сможет удержаться в этом «нейтральном» коридоре, тем большее количество гостей смогут получить от выпускного удовольствие.

День города

К этой категории отнесем также дни района, молодежи, студентов и так далее, то есть самые различные мероприятия, за которые платят чиновники из государственного бюджета. Организуя нечто подобное, чиновники всегда решают свои задачи, одна из которых – «абы чего не вышло». Чиновники-заказчики всегда очень внимательны к политическим и прочим требованиям времени, тенденциям и веяниям. Они очень боятся проявить излишнюю креативность, за которую их могут поругать или даже наказать. Но и не учитывать «дыхание времени» они также не могут.

Требования к ведущему:

Вышеуказанные обстоятельства накладывают очень определённые требования на работу ведущего. При написании сценария и проведении мероприятий этого вида ведущему важнее всего быть крайне внимательным и точно выполнять все согласованные с заказчиком позиции и требования, даже если при этом мероприятие пройдет скучно, формально, будет выглядеть банальным и малоинтересным. Важно – ни-

какой самодеятельности! Для чиновников ведущий должен быть, в первую очередь, понятливым и удобным. Качество же самого мероприятия, в том числе и работу ведущего, чиновники-заказчики будут оценивать не по реакции граждан, собравшихся, например, на площади рядом с главной городской сценой, а по тем оценкам, которые они получают от вышестоящего руководства.

Концерт

Понятие «концерт» мы будем трактовать в широком смысле. Любое шоу, включая бои без правил, будем относить к этой категории. Главное значение для ведущего при проведении концерта/шоу имеет его тематика.

Ведущего классических концертов принято называть «конферансье». Конферансье должен уметь хорошо и чётко читать по бумажке, а лучше красиво воспроизводить заранее заученные тексты. Отхождение от таких текстов недопустимо. Концерты других жанров подразумевают большую свободу для ведущего, однако в каждом жанре есть свои сформировавшиеся клише, которых ведущему лучше придерживаться. Так, например, ведущий боёв без правил практически в любой стране при представлении бойцов растягивает имена – так принято, сформировалось именно такое клише, ведущие стараются его придерживаться.

Требования к ведущему:

Рэп-концерт по внешнему виду кардинально отличается от концерта классической музыки, хотя требования к ведущему и там, и там останутся одинаковыми – главное, не вываливаться из формата и придерживаться установленных стандартов.

Вечеринка

Один из самых бесшабашных форматов мероприятий – вечеринки. Это могут быть мальчишники, девичники, анимация в отелях, клубные тусовки.

Требования к ведущему:

На вечеринках ведущему готовы прощать практически всё, кроме занудства. Ведущий должен зажигать, гостям должно быть весело, а как ведущий будет решать эту задачу, чаще всего он решает сам.

РЕЗЮМЕ:

Основные требования к ведущему на **общественных** мероприятиях:

- Выпускной

Главное – спокойный, сбалансированный сценарий. Гонорары чаще всего умеренные.

- День города

Слушайте заказчиков-чиновников и чётко выполняйте все их инструкции. Может быть скучно, это не страшно – главное, чтобы было по протоколу. Высоких гонораров ожидать не стоит.

- Концерт

В каждом жанре, в каждом шоу – свой формат. Не вываливайтесь из него. Высокие гонорары за ведение концертов платят редко.

- Вечеринка

Делайте, что хотите! Главное – зажигайте! В таком формате ведущие нередко работают просто «за еду».

Пора подвести некоторые итоги и систематизировать то, о чём мы говорили ранее. Проанализируем и сравним мероприятия между собой по нескольким критериям:

1. Важность – важность мероприятия для заказчика,
2. Интерес – уровень личной заинтересованности заказчика,
3. Гонорар – готовность заказчика платить ведущему много денег,
4. Качество – уровень требовательности заказчика к проведению мероприятия,
5. Требование – главное требование заказчика к ведущему.

Оценим каждую позицию по 10-бальной шкале, где «0» – это минимум, а «10» – максимум.

Таблица «особенности и отличия разных видов мероприятий»

Мероприятие	Важность	Интерес	Гонорар	Качество	Требование
ЧАСТНЫЕ					
Свадьба	10	10	8	10	Требований много
Юбилей	9	10	10	8	Тактично
День рождения	6	7	5	5	Весело
Детский праздник	7	8	6	6	Искренне
КОРПОРАТИВНЫЕ					
Корпоратив	7	4	7	7	Весело
Выставка	5	4	5	5	Активно
Конференция	6	5	6	6	Интеллектуально
Презентация	8	6	7	7	Пафосно
ОБЩЕСТВЕННЫЕ					
Выпускной	8	8	4	4	Сбалансированно
День города	5	3	4	3	По протоколу
Концерт	6	5	6	6	В формате
Вечеринка	4	3	3	7	Зажигательно

Сделаем некоторые выводы из Таблицы:

1. Большие гонорары

Больше всего денег заказчики готовы платить ведущему на юбилеях. На втором месте идут свадьбы. На третьем – корпоративы и презентации.

2. Маленькие гонорары

Меньше всего платят за проведение вечеринок. Чуть больше, но тоже немного – за проведение городских мероприятий и выпускных.

3. Высокое качество

Самые высокие требования заказчики предъявляют к ведущему на свадьбах. Чуть ниже требования на юбилеях. Ещё немного ниже – на корпоративах, торжественных событиях и вечеринках.

4. Низкое качество

Самые низкие требования к ведению – на днях города и других общественных мероприятиях, оплачиваемых их государственным бюджетом. Исключение составляют предвыборные кампании любого уровня.

5. Высокая ответственность

Самая высокая степень ответственности ведущего – на свадьбах. На втором месте по этому показателю идут юбилеи. На третьем – выпускные.

6. Низкая ответственность

Самая низкая ответственность ведущего – на вечеринках. Чуть выше – на днях города и выставках.

7. Выбор заказчика

Чем выше требования заказчика к качеству мероприятия, тем тщательнее он выбирает ведущего. Именно поэтому самые длительные и сложные кастинги проводят молодожены

(особенно невесты), родственники юбиляров и рг-менеджеры компаний (для проведения корпоративов). Степень ответственности ведущего за «косяки» определяется совокупностью двух показателей: важностью мероприятия для клиента и его личной заинтересованностью в результатах. Если степень ответственности высокая, за любую оплошность заказчик готов вынести ведущему мозг; если низкая, простит даже серьезные провалы.

Зачем нам нужна вся эта информация, и какая польза в этом анализе?

Эти данные нужны ведущему для того, чтобы правильно рассчитать свои силы, умения, опыт и ожидаемые доходы.

Если вы только начинаете вести мероприятия, делаете свои первые шаги в этом направлении, выберите для себя наиболее безопасные праздники, то есть те, где заказчики не будут предъявлять к ведущему повышенные требования, и не начнут сильно ругаться, если что-то пойдет не так. Из рассмотренной выше таблицы видно, что к таким мероприятиям относятся вечеринки, дни города, концерты и выставки. А вот начинать свою карьеру ведущего со свадеб и юбилеев не стоит, хотя гонорары там обычно выше.

Сделаем еще один важный вывод. Самая нейтральная со всех сторон ниша – это проведение корпоративов. Платят за них в среднем столько же, сколько за свадьбы и юбилеи, при этом ответственность перед заказчиком значительно ниже.

Да и требования у клиентов обычно не самые высокие. Видимо поэтому очень многие ведущие выбирают своей специализацией именно корпоративы, а некоторые ведущие вообще не берутся за другие виды мероприятий.

Глава 3

Сценарии мероприятий и праздников

§ 9. Технический и детальный сценарии



Для того, чтобы составить хороший сценарий любого мероприятия, нужно для начала ответить себе на 4 простых, но важных вопроса:

1. Какой вид мероприятия вам предстоит провести?
2. Какими особенностями обладает этот вид мероприятий?
3. Какие цели и задачи ставит перед вами заказчик?
4. Что для заказчика самое важное?

Очень важно научиться слушать и слышать заказчика. К большому сожалению, многие ведущие грешат «синдромом глухаря», когда на первой, да и всех последующих встречах с клиентами они слышат только себя, считая, что только они сами знают, как именно должен пройти праздник. На самом деле больше всего любой заказчик ценит именно то, насколько внимательно прислушиваются к его пожеланиям, и насколько четко их потом на мероприятии выполняют. Это совершенно не значит, что ведущий не имеет права что-то предлагать или советовать. Однако многие ведущие не получают заказы именно из-за того, что предлагают и порой даже навязывают слишком много своего, игнорируя желания клиентов.

Теперь давайте разберем некоторые базовые вещи, которые обязательно нужно знать для составления хорошего сценария.

Существует 2 вида сценариев: **технический** и **детальный**.

Технический сценарий представляет собой тайминг, то есть повременной план мероприятия с указанием последовательности действий, выступлений, активностей, а также короткими пометками и комментариями, на что в какой момент нужно обратить особое внимание. Крайне редко технический сценарий занимает больше двух листов формата А 4. Большинству клиентов, особенно на частных мероприятиях, достаточно именно технического сценария.

Детальный сценарий чаще всего используется агентствами – организаторами мероприятий. В нем также по времени расписываются все активности, однако помимо работы ведущего в детальном сценарии нередко указываются все сопутствующие события, происходящие в это же время. Например, отдельной графой может быть выделено взаимодействие с артистами, оформителями, активности по монтажу-демонтажу оборудования. В детальных сценариях нередко размещаются тексты подводок ведущего и даже речи некоторых, особенно важных гостей. Такой сценарий очень помогает организаторам, но совершенно не нужен ведущему. Находящаяся в нем лишняя информация будет лишь отвлекать его от непосредственного проведения праздника.

Далее мы будем рассматривать составление только **технического** сценария, который и нужен ведущему. Давайте посмотрим наиболее удобный вид такого сценария. В его

верхней части не забудьте написать название мероприятия, а дальше стоит расположить некоторые исходные данные, чтобы точно их не забыть. Ниже пойдет таблица, в которую и будут вписаны все активности праздника.

Рассмотрим примеры.

Вот так, например, можно записать названия мероприятий:

- СЦЕНАРИЙ СВАДЬБЫ ИЛЬИ И МАРИНЫ
- СЦЕНАРИЙ ЮБИЛЕЯ ВЛАДИМИРА ИГНАТЬЕВИЧА ТВЕРДОХЛЕБОВА
- СЦЕНАРИЙ НОВОГОДНЕГО ПРАЗДНИКА КОМПАНИИ «ПРОМТОРГРЕЕСТР»

Теперь данные, которые стоит разместить в верхней части:

Дата мероприятия:

03.04.2030

Место проведения:

г. Красивоград, Цветочный проезд, 12,
ресторан «Лучший»

Время проведения:

16.00–00.00

Ведущий:

Илья Праздников,
тел/WhatsApp +7 (987) 654 32 10

Контакты заказчика:

Ирина Вячеславовна,
тел/WhatsApp +7 (123) 456 78 90

Теперь давайте познакомимся с формой таблицы. В ней для удобства будет всего 4 столбца. Не стоит выдумывать лишнее, лучше оставлять только ту информацию, которая действительно необходима.

Время	Длительность	Действия	Комментарии
16.00–16.30	30 мин.	Встреча гостей	Играет саксофонист
16.30–16.40	10 мин.	Ведущий приветствует гостей и приглашает пройти в банкетный зал	Ведущему помогают 2 ассистента-координатора

Обратите внимание, что в первой графе удобнее указывать не только начало действия, но и его предположительное окончание. Во второй графе стоит указать продолжительность, тогда ведущему не придется во время мероприятия каждый раз высчитывать, сколько должна длиться та или иная активность. В третьей графе четко и очень коротко должна быть описана сама активность. Четвертая графа – полезные комментарии, которые помогут ведущему ориентироваться в моменте и не забыть ничего важного. А теперь соберем весь **технический** сценарий вместе. Вот что у нас получится.

Сценарий новогоднего праздника компании «ПРОМТОРГСБЫТСНАБРЕЕСТР»

Дата мероприятия:
03.04.2030

Место проведения:

г. Красногоград, Цветочный проезд, 12,
ресторан «Лучший»

Время проведения:

16.00–00.00

Ведущий:

Илья Праздников,

тел/WhatsApp +7 (987) 654 32 10

Контакты заказчика:

Ирина Вячеславовна,

тел/WhatsApp +7 (123) 456 78 90

Время	Длительность	Действия	Комментарии
16.00– 16.30	30 мин.	Встреча гостей	Играет саксофонист
16.30– 16.40	10 мин.	Ведущий приветствует гостей и приглашает пройти в банкетный зал	Ведущему помогают 2 ассистента-координатора

Теперь несколько слов о том, как правильно выстраивать сценарии. На первый взгляд кажется, что все праздники не похожи друг на друга. В этом плане они напоминают людей – люди тоже отличаются: одни – высокие, другие – низкие; одни – с пышной шевелюрой, другие – лысые; одни – толстые, другие – худые. Однако внутри все люди состоят из одного и того же набора органов, и все эти органы держит как каркас позвоночник. Технический сценарий – это позвоночник мероприятия.

Другая аналогия. На Новый год мы любим украшать ёлку. Украшения могут быть какими угодно, каждая ёлка будет

прекрасна по-своему, но под украшениями всё равно будет именно ёлка, со стволом, ветками и иголками. Технический сценарий – это новогодняя ёлка без украшений.

Фактически **технический** сценарий – это каркас мероприятия. Разные виды мероприятий имеют разные каркасы, но внутри одного вида мероприятий, например, свадеб, каркасы друг от друга будут отличаться лишь самими активностями, но не структурой. Представьте для удобства разные деревья, которые вам поручили украсить: елки, дубы, берёзы, пальмы. Когда будете писать сценарий для новогоднего корпоратива, представляйте, будто вы украшаете елку. Если вам надо будет написать сценарий для юбилея, представляйте, будто украшаете дуб. Для разработки сценария свадьбы выберите, например, березу, а для сценария летнего тимбилдинга – пальму.

Давайте еще раз повторим и запомним, что сценарии свадеб, юбилеев, корпоративов, выставок, выпускных и других мероприятий отличаются друг от друга, как разные деревья. Но вот когда вам надо будет написать сценарии для двух разных свадеб, вы будете украшать одно и то же дерево. Только сами украшения будете подбирать разные.

Почему так происходит? Вспомним, что цели у разных видов мероприятий разные, поэтому их сценарии отличаются как деревья. А вот у мероприятий одного вида глобальные цели чаще всего схожи, хотя, конечно, индивидуальные задачи у каждого заказчика могут отличаться, иногда доволь-

но сильно. Чтобы научиться писать хорошие сценарии, ведущему нужно разобраться в психологии построения каждого праздника, психологии заказчиков и психологии гостей. В совокупности будем называть это «психологией праздника». Если её освоить, составление любого сценария будет абсолютно несложным и очень приятным занятием.

§ 10. Психология праздника



Давайте немного поговорим об общих особенностях психологии праздника. Коснемся конкретно банкетов, то есть мероприятий, где гости сидят за столами, едят, пьют, а на сцене в это время работает ведущий. Также сразу договоримся, что речь пойдет о довольно продолжительных мероприятиях, которые длятся 5–6, а иногда и больше часов. Обычно именно так проходит большинство свадеб, юбилеев, дней рождения, корпоративов и выпускных.

Перерывы

Есть некоторые особенности, которые связаны не только с психологией людей, но и с их физиологией, и эти факторы необходимо учитывать при составлении любого сценарий. Первая особенность заключается в том, что с момента начала банкета, то есть момента, когда гости начинают активно есть и пить, до первого перерыва должно пройти не более 45 минут. Кстати, именно 45 минут идет урок в школе. После этого времени некоторым гостям обязательно захочется в туалет, покурить, либо просто размять спину. Если не предусмотреть в сценарии первый перерыв через 40–45 минут, ведущий может столкнуться с неприятным моментом, когда он будет вести программу, а гости сами начнут вставать и выходить из зала.

Первый перерыв с одной стороны не стоит затягивать, а

с другой стороны он должен быть достаточным, чтобы гости вновь захотели вернуться за столы. Таким образом оптимальная продолжительность первого перерыва – 15–20 минут.

Большая часть гостей на любом празднике плотно наедается именно во время первой части банкета, дальше люди едят более размеренно, соответственно, второй перерыв в программе можно делать примерно через час. Перерывы в принципе необходимы в любой программе. Их обязательно нужно учитывать и вписывать в сценарий.

Смена настроения гостей

Еще один важный момент, который касается психологии гостей на празднике. В первой части банкета большинство гостей находятся в эмоциональной позиции «не трогайте меня». То есть они готовы смотреть за происходящим на сцене, но совершенно не готовы принимать в чем-то участие. Максимум – лениво выкрикнуть что-нибудь из-за стола, при этом не вставая с места и не выходя на сцену. Поэтому нередко именно в первой части праздника на некоторых мероприятиях уместно проводить викторины.

Во второй части банкета гости начинают чувствовать себя более свободно и раскованно. Они привыкают к атмосфере мероприятия, расслабляются, кроме того ранее поглощенные еда и напитки дополнительно способствуют этим про-

цессам. Эмоциональное состояние гостей переходит в новую фазу, которую можно назвать «развлекайте меня». В таком состоянии на сцене готовы оказаться далеко не все, а лишь самые активные и смелые. Остальные будут с интересом смотреть за происходящим. Предлагаемые в сценарии действия и развлечения в этот момент не должны быть слишком активными. Из конкурсов лучше всего проводить спокойные: вокальные или театрализованные. Иногда после второго блока делается небольшой перерыв, но можно совместить второй блок с третьим и без перерыва.

По эмоциям, которые испытывают гости, третий блок сильно отличается от первых двух. Обычно он гораздо динамичнее. И это неудивительно, так как эмоциональное состояние гостей – «теперь я и сам готов развлекаться». Время танцевальным конкурсам, активным мастер-классам, веселым и соревновательным конкурсам и ярким выступлениям артистов. Главный танцевальный блок мероприятия, если таковой предусмотрен форматом, как раз – кульминация третьей части банкета.

Четвертая часть – обычно более спокойная и зрелищная. Чаще всего в это время всякое стеснение уходит даже из самых закомплексованных и закрытых гостей. Все присутствующие начинают ощущать себя одной большой дружной компанией. Эмоциональное состояние – «расслабляемся и кайфуем». Время удивлений и флэш-мобов с участием большого количества присутствующих. Кстати, если в програм-

ме предусмотрены фантастические сюрпризы, такие как выступления звезд, лучше приглашать их именно на это время, либо заканчивать ими третью часть банкета. Четвертая же часть нередко завершается лотереями с раздачей призов и подарков.

Если мероприятие длится дольше 5–6 часов, чаще всего к сценарию прибавляется и пятая часть – своего рода послекусие праздника. В большинстве случаев это танцы, реже караоке или неспешные разговоры за столом с чаем и десертами под спокойную, уютную музыку.

Стоит повторить, что все эти выводы сделаны исключительно из физиологии и психологии людей во время любого длительного застолья. При составлении сценария стоит обязательно учитывать все вышеперечисленные особенности.

Ещё один важный момент. Обычно, чем богаче заказчик, тем больше он ценит пунктуальность и соблюдение ведущим сценария вплоть до минут. Однако многие ведущие готовы пускать всё на самотек и не видят никаких проблем, когда заранее составленный, согласованный и утвержденный с клиентом сценарий «едет» чуть ли не на часы. По этой простой причине для таких ведущих работа на премиальный сегмент бывает недоступна, хотя сами они пытаются найти совершенно другие оправдания такому положению дел. Другими словами, для того, чтобы начать работать с богатыми клиентами и выйти на премиальный уровень НЕОБХОДИМО научиться во время мероприятий четко соблюдать сценарий. А

для того, чтобы сценарии не «ехали», их надо грамотно составлять, учитывая ключевые психологические нюансы каждого праздника. Именно об этих нюансах и пойдет речь дальше.

§ 11. Составляем сценарий свадьбы



Перед тем, как составлять сценарий свадьбы, давайте разберемся, из каких главных элементов он состоит. Таких элементов пять:

1. Поздравления гостей / тосты
2. Традиции
3. Интерактивы с гостями / конкурсы
4. Танцы
5. Выступления артистов / музыкантов / шоу

Свадебный сценарий отличается от всех других, в первую очередь тем, что в нем присутствует элемент «Традиции», который отсутствует в остальных видах праздников. К традициям относятся «Встреча молодых», «Зажжение семейного очага», «Первый танец», «Бросание букета невесты» и некоторые другие.

Пятый элемент – «Выступления артистов / музыкантов / шоу» – не является обязательным. Свадьба вполне может пройти и без артистов. Однако этот элемент явно способен украсить любую программу, сделать её более яркой и запоминающейся.

Мы будем составлять сценарий свадьбы в несколько этапов. Первый этап – мы подробно расшифруем каждый из пяти указанных выше элементов. Давайте с этого и начнем.

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.