

## *Ogledni primjer Atlante* *Absolutely Atlanta*

---

### **Projekt**

Održati upečatljivu prezentaciju  
Stvoriti slavljenički ugođaj  
Preurediti zrakoplovni hangar u prelijepu dvoranu za bal  
Predstaviti novi način oslikavanja Boeinga 777 pred 7000 novinara i zaposlenika velike zrakoplovne tvrtke

### **Izazov**

Samo tri tjedna do svečanosti  
Ishoditi dozvole za osoblje, kako bi mogli ući u dio međunarodne zračne luke Hartfield u Atlanti koji je pod jakim osiguranjem  
Sakriti 76,2 m dugačak i 67 m širok putnički zrakoplov  
Stvoriti viseću konstrukciju za postavljanje rasvjete i ozvučenja u hangaru s tvrdim metalnim zidovima  
Prekriti 17 m bojom poprskanih zidova

### **Iskustvo**

Očaravajući ushit!  
Blago osvjetljenje  
Predivna tkanina kojom su ukrašeni zidovi  
Projekcija filma koji pokazuje razvoj unutrašnjosti i boja korištenih u zrakoplovu  
Dramatična eksplozija konfeta  
Hangar je odjednom obasjan zasljepljujućim svjetlom dok se vrata naglo otvaraju  
Impresivan novi Boeing 777 blješti na suncu!

### **Rezultat**

Nevjerojatan uspjeh!  
Dramatično predstavljanje promijenjenog identiteta marke  
Most za budućnost

## Trajni utisak na novinare i zaposlenike Oduševljenje tvrtkom i markom

Korišteno uz dozvolu Global Events

Bez obzira na to bavite li se organizacijom događaja kakav je ovaj upravo opisan, na kojem je predstavljen novi proizvod pred 7000 novinara i zaposlenika zrakoplovne tvrtke, ili organizacijom utrke kojom se prikupljaju sredstva u dobrotvorne svrhe, ili pak lokalnog festivala bluesa, upravljanje događanjima je djelatnost prepuna uzbuđenja. Sigurno je da niti jedan radni dan organizatora događanja nije sličan prethodnom. To je dinamičan posao koji nije bez frustracija, ali na kraju krajeva, svaki je organizator događanja uvjeren da ima najbolji posao na svijetu.

Organizacija događanja i konvencija je djelatnost u kojoj se vrti 100 milijardi dolara te je u njoj trenutno zaposleno 1,5 milijuna ljudi. Zahvaljujući tome, veoma je porasla popularnost studija iz područja upravljanja događanjima. To je djelatnost koja privlači mnoge najbolje studente u zemlji koji žele uzbudljivu karijeru u kojoj će moći pokazati i iskoristiti svoje organizacijske sposobnosti, sposobnost uočavanja detalja te kreativnost.

Kako sam se u svojem pisanju cijelo proteklo desetljeće bavila ugostiteljstvom i organizacijom događanja, imala sam čast prikupiti materijal i urediti ovaj tekst. Mnogima se pritom moram zahvaliti. Prva i najvažnija je Lynn Van Der Wagen. Prilagodba njezinog originalnog teksta koji je objavljen u Australiji bila je vrijedno iskustvo. Želim zahvaliti Lynn i na fotografijama koje su korištene u knjizi. Također se zahvaljujem Vernu Anthonyju, mojem uredniku u izdavačkoj kući Prentice Hall/Pearson, kao i njegovom osoblju, koje je pokazalo veliko zanimanje i pružilo mi potporu u radu. Edu Sandersu, mojem mentoru, koji je uvijek vjerovao u mene i pomagao mi da napredujem u ovoj djelatnosti. Svim brojnim udrugama, organizacijama i stručnjacima koji su spremno sa mnom podijelili svoje podatke i ideje. Njihovi primjeri omogućili su da ovaj tekst bude životan i da zaista predstavlja odraz američkog tržišta.

Najviše, međutim, želim zahvaliti svojoj voljenoj obitelji, jer je ona moj motiv za rad i razlog da stalno napredujem. Rudy, najbolji si. Chad, Clint i Melissa, hvala vam na potpori. Mama i tata, hvala i vama, jer ste me naučili da radom mogu postići što god odlučim.

I napokon, posebno se želim zahvaliti svim studentima i onima koji rade u obrazovanju, a koji će koristiti ovu knjigu. Prilikom pisanja stalno sam mislila na vas i nadam se da će vam ova knjiga biti koristan izvor. Želim vam da sva vaša događanja budu uspješna!

Brenda R. Carlos

Djelatnost planiranja i organizacije događanja ima iznimno pozitivnu budućnost. Osim uobičajenih korporativnih sastanaka, sajmova i konferencija, djelatnost planiranja događanja uključena je sve više i u oglašavanje i stvaranje robnih marki za klijente. Potrošači sve više i uspješnije ignoriraju uobičajene metode „prekidnog marketinga“ koje koriste oglašivači, kao što su televizijske reklame i direktni marketing e-poštom. Uređaji kao što su TiVo u potpunosti brišu reklame. Javlja se novi oblici marketinga, tzv. „advertainment“ (od engl. advertising = oglašavanje i entertainment = zabava). Ovaj iznimno interaktivni oblik marketinga kombinira elemente tradicionalnog stvaranja marki sa živim, interaktivnim događanjima koja su vrlo upečatljiva, vrlo ciljana, vrlo ekonomična i, što je najvažnije, vrlo mjerljiva. Organizatori događanja koji uspiju identificirati strategije stvaranja marki svojih klijenata i prenijeti svoju stručnost i iskustvo u vođenju logistike velikih događanja imaju vrlo svijetlu budućnost. Svi studenti marketinga koji žele posao u rastućem i unosnom tržišnom segmentu svakako bi morali razmisliti o karijeri u stvaranju marki događanja i iskustvenom marketingu.

Larry Jaeger  
Predsjednik Events Xtraordinaire  
([www.eventsx.com](http://www.eventsx.com))