



# Evaluarea și controlul evenimentelor



# Evaluare

- Întâlnire a părților implicate pentru evaluarea evenimentului (interval mediu – o lună)
- Utilizarea cât mai multor surse de informații
- Înregistrarea observațiilor își arată acum valoarea



# Evaluare

- Trei tipuri de îmbunătățire
- Activități care au mers bine, dar în legătură cu care este loc de mai bine
- Activități care au mers bine și trebuie lăsate așa
- Activități care au mers prost și trebuie modificate



# Informații cantitative

- Date despre participanți
- Date despre vizitatori
- Date legate de vânzări
- Publicul țintă – profilurile vizitatorilor
- Date statistice despre participare
- Date financiare (conturi, bilanț)
- Analiza impactului economic
- Informații statistice generale




# Informații calitative

- Percepția vizitatorilor
- Chestionare completate – anchete la ieșire
- Discuții înregistrate, interviuri structurate
- Feedback-ul staff-ului și al voluntarilor
- Observații și comentarii manageriale
- Analiza impactului social
- Studiul beneficiilor sociale



# Întrebări fundamentale

- În funcție de obiectivele asumate (realiste versus abstracte)
- Evenimentul și-a îndeplinit obiectivele?
- Ce poate fi îmbunătățit la ediția de anul viitor?
- Reevaluarea obiectivelor evenimentului – stakeholders
- Gestionarea informațiilor



# Surse de informații pentru evaluare

- Observații ale vizitatorilor
- Sponsori
- Staff și voluntari
- “Oaspeți surpriză”
- Coordonatori
- Specialiști și conducători ai echipelor
- Membri ai autorităților locale
- Poliție și firme de protecție



# Analiza satisfacției vizitatorilor

- 5000 vizitatori, 125 răspunsuri – eșantion
- Probleme cu parcare – 42 %
- Probleme cu serviciul de catering – 25 %
- Probleme cu vizibilitatea scenei – 15 %
- Probleme cu calitatea toaletelor – 7,7 %
- Probleme cu gestionarea pauzelor – 4,5 %




# Analiza satisfacției vizitatorilor


- Elemente care constituie surse ale satisfacției: ambianța, nivelul de “adrenalină”, implicarea socială, relaxarea
- Elemente care constituie surse ale insatisfacției: părcărilor, toaletele, gradul de disponibilitate a informațiilor, cozile



# Moștenirea evenimentului

- Regenerare
- Reutilizare
- Transferul informațiilor – de exemplu, în cazul predării sau schimbării managementului
- Utilizări publice și utilizări private
- ROE
- ROI
- ROO


- 
- ROI – rata de recuperare a investiției ce semnifică beneficiile financiare pe termen lung și legăturile care se creează și ajută la procesul de vânzare;
  - ROE – rata de recuperare a experienței ce cuprinde emoțiile și atașarea față de organizația ce a realizat evenimentul, ce se axează în special pe reacțiile imediate a ceea ce s-a comunicat
  - ROO – rata de recuperare a obiectivelor pe termen scurt, cum ar fi ce a învățat audiența țintă despre produs / serviciile oferite.



Este indicat să se efectueze sondaje imediat după terminarea evenimentului, cu un chestionar care să nu aibă mai mult de zece întrebări, iar participanții să fie motivați să răspundă prin oferirea de produse promoționale.

➡ Se pot efectua cercetări calitative ante și post eveniment, atât în ceea privește comunicarea:

- despre eveniment,
- în timpul evenimentului
- dar și după terminarea acestuia.



Trendurile în efectuarea eficientă a evaluărilor evenimentelor presupun înregistrarea, arhivarea, documentarea și evaluarea fiecărui element dintr-un eveniment.

Participarea la un eveniment poate duce la schimbarea atitudinii, sau a comportamentului în urma experiențelor avute în cadrul evenimentului, acest lucru se poate realiza în ambele sensuri, negativ sau pozitiv, iar de puține ori indiferent.

Organizațiile ce comunică prin intermediul evenimentelor doresc nu numai schimbarea atitudinii, ci în special a comportamentului de cumpărare.