



THS. NGUYỄN THỊ KIM THANH

QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG

ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH QUẢNG NINH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HẠ LONG

THS. NGUYỄN THỊ KIM THANH (CHỦ BIÊN)
HÀ THỊ PHƯƠNG LAN



TỔ CHỨC SỰ KIỆN NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

(Tài liệu lưu hành nội bộ)

Dùng cho ngành đào tạo:
Quản trị khách sạn,
Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống,



Quảng Ninh, 2021

NGUYỄN THỊ KIM THANH (CHỦ BIÊN)

HÀ THỊ PHƯƠNG LAN

--❧--



TỔ CHỨC SỰ KIỆN NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

(Tài liệu lưu hành nội bộ)

Dùng cho ngành đào tạo:

Quản trị khách sạn

Quản trị nhà hàng và dịch vụ ăn uống

Quảng Ninh, năm 2021

MỤC LỤC

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

DANH MỤC BẢNG

DANH MỤC HÌNH

Chương 1. TỔNG QUAN VỀ SỰ KIỆN VÀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN	1
1.1. TỔNG QUAN VỀ SỰ KIỆN	1
1.1.1. Khái niệm sự kiện	1
1.1.2. Các thành phần tham gia trong sự kiện	3
1.1.3. Các loại hình sự kiện	5
1.1.4. Một số ý nghĩa và tác động của sự kiện	8
1.1.5. Sơ lược về thị trường tổ chức sự kiện ở Việt Nam.....	12
1.2. TỔNG QUAN VỀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN	14
1.2.1. Khái niệm về tổ chức và quản lý sự kiện	14
1.2.2. Vai trò của nhà tổ chức sự kiện.....	14
1.2.3. Đặc điểm của tổ chức sự kiện.....	15
1.2.4. Quy trình tổ chức sự kiện	17
1.2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện	20
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1	24
TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 1	24
Chương 2. LẬP KẾ HOẠCH VÀ NGÂN SÁCH CHO SỰ KIỆN	25
2.1. LẬP KẾ HOẠCH CHO SỰ KIỆN	25
2.1.1. Nghiên cứu nhu cầu tổ chức sự kiện cho khách hàng	25
2.1.2. Xác định mục đích của việc tổ chức sự kiện	26
2.1.3. Hình thành chủ đề và ý tưởng tổ chức sự kiện	28
2.1.4. Xây dựng kịch bản sự kiện	33
2.1.5. Lập chương trình và kế hoạch tổng thể tổ chức sự kiện.....	39
2.1.6. Dự phòng và xử lý các sự cố trong tổ chức sự kiện.....	46
2.2. LẬP NGÂN SÁCH	49



2.2.1. Tầm quan trọng của ngân sách.....	49
2.2.2. Dự toán sơ bộ ngân sách.....	50
2.2.3. Dự trù các khoản khó đoán trong sự kiện	53
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2.....	56
TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 2.....	60
Chương 3. CHUẨN BỊ TỔ CHỨC SỰ KIỆN	61
3.1. CHUẨN BỊ CÁC THỦ TỤC HÀNH CHÍNH	61
3.2. CHUẨN BỊ DANH SÁCH KHÁCH MỜI, THƯ MỜI VÀ MARKETING CHO SỰ KIỆN	64
3.2.1. Lên danh sách và gửi thư cho khách mời	64
3.2.2. Hồ sơ khách mời	67
3.2.3. Thư mời.....	68
3.2.4. Các hoạt động marketing thu hút khách đến sự kiện.....	73
3.3. CHUẨN BỊ VỀ ĐỊA ĐIỂM VÀ KHÔNG GIAN TỔ CHỨC SỰ KIỆN.....	77
3.3.1. Lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện	77
3.3.2. Xác định không gian cho tổ chức sự kiện	81
3.4. CHUẨN BỊ KẾ HOẠCH ĐỒ ĂN, ĐỒ UỐNG CHO SỰ KIỆN	83
3.4.1. Lập kế hoạch đồ ăn cho sự kiện	84
3.4.2. Lập kế hoạch đồ uống cho sự kiện.....	85
3.5. CHUẨN BỊ PHƯƠNG TIỆN VẬN CHUYỂN KHÁCH THAM DỰ SỰ KIỆN.....	86
3.5.1. Phương tiện chở khách	88
3.5.2. Phương tiện đưa đón khách.....	91
3.6. CHUẨN BỊ CÁC CÔNG VIỆC KHÁC LIÊN QUAN KHÁC	92
3.6.1. Liên hệ với nhà cung ứng.....	92
3.6.2. Chuẩn bị về nhân sự	99
3.6.3. Chuẩn bị tài liệu và quà tặng	105
3.6.4. Người dẫn chương trình và diễn giả	110
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3.....	111

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 3	112
Chương 4. TỔ CHỨC ĐIỀU HÀNH CÁC HOẠT ĐỘNG CỦA SỰ KIỆN ...	113
4.1. TỔ CHỨC KHAI MẠC SỰ KIỆN	113
4.1.1. Tổ chức đón tiếp khách tại nơi diễn ra sự kiện	113
4.1.2. Khai mạc sự kiện	118
4.2. ĐIỀU HÀNH DIỄN BIẾN CỦA SỰ KIỆN	120
4.2.1. Điều hành sân khấu/ khu vực trình diễn/ khu vực thi đấu	120
4.2.2. Điều hành, quản lý khán giả và khách mời	121
4.2.3. Kiểm soát hoạt động dẫn chương trình và diễn giả	122
4.2.4. Điều hành các hoạt động phụ trợ	123
4.2.5. Điều hành hoạt động ăn uống	124
4.2.6. Điều hành bế mạc sự kiện.....	124
4.2.7. Quản lý khách rời địa điểm tổ chức sự kiện và tổ chức tiễn khách.....	124
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 4	124
TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 4	124
Chương 5. TỔNG KẾT ĐÁNH GIÁ SỰ KIỆN	125
5.1. THANH QUYẾT TOÁN SỰ KIỆN	125
5.1.1. Thanh quyết toán với khách hàng.....	125
5.1.2. Thanh quyết toán với nhà cung cấp.....	125
5.2. ĐÁNH GIÁ, TỔNG KẾT RÚT KINH NGHIỆM	126
5.2.1. Đánh giá tổng kết rút kinh nghiệm với nhà cung cấp.....	130
5.2.2. Đánh giá tổng kết rút kinh nghiệm trong nội bộ doanh nghiệp.....	130
5.2.3. Lập bảng tổng kết đánh giá sự kiện	131
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 5	138
TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 5	138
Chương 6. KỸ NĂNG TỔ CHỨC MỘT SỐ SỰ KIỆN TRONG NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN	139
6.1. GIỚI THIỆU VỀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN TRONG NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN	139



6.2. TỔ CHỨC TIỆC	141
6.2.1. Khái niệm.....	141
6.2.2. Các loại hình tiệc chiêu đãi trong sự kiện.....	141
6.2.3. Các sự kiện tổ chức tiệc.....	145
6.3. TỔ CHỨC GALA DINNER	157
6.3.1. Khái niệm.....	157
6.3.2. Các loại hình Gala Dinner	157
6.3.3. Kịch bản Gala Dinner.....	158
6.4. TỔ CHỨC HỘI NGHỊ, HỘI THẢO	161
6.4.1. Khái niệm.....	162
6.4.2. Quy trình tổ chức.....	165
6.4.3. Kịch bản tổ chức hội thảo	167
6.4.4. Một số điều cần lưu ý khi tổ chức Hội thảo – Hội nghị.....	168
6.5. TỔ CHỨC GIỚI THIỆU, QUẢNG BÁ SẢN PHẨM	169
6.5.1. Khái niệm.....	169
6.5.2. Quy trình tổ chức.....	170
6.5.3. Kịch bản chương trình lễ ra mắt sản phẩm.....	172
6.6. TỔ CHỨC MỘT SỐ SỰ KIỆN KHÁC	178
6.6.1. Tổ chức lễ khai trương, khánh thành.	178
6.6.2. Tổ chức sự kiện họp báo	185
6.6.3. Tổ chức workshop	189
CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 6	197
TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 6	201
TÀI LIỆU THAM KHẢO	202
PHỤ LỤC	203

LỜI NÓI ĐẦU

Tổ chức sự kiện đang trở thành một phần không thể thiếu trong chiến lược truyền thông - marketing của bất kỳ doanh nghiệp nào. Thị phần cho tổ chức sự kiện, hội nghị đang không ngừng tăng và được trải đều cho các nhà hàng khách sạn cao cấp đến trung cấp, các trung tâm yến tiệc, hội nghị.

Các khách sạn, nhà hàng là nơi tổ chức nhiều sự kiện diễn ra, đòi hỏi nhân viên phải nắm chắc quy trình tổ chức sự kiện. Có nhiều loại hình sự kiện khác nhau tổ chức trong nhà hàng, khách sạn như : Hội nghị, hội thảo, đám cưới, sinh nhật, khai trương, tiệc cuối năm tiệc triển lãm, ra mắt sản phẩm, họp báo... Mỗi kiểu sự kiện có đặc trưng riêng, cách tổ chức cũng ít nhiều có sự khác nhau, tùy vào quy mô của đơn vị tổ chức và yêu cầu của khách hàng.

Học phần Tổ chức sự kiện nhà hàng, khách sạn cung cấp các kiến thức, kỹ năng về lập kế hoạch, xây dựng kịch bản, tổ chức, triển khai và đánh giá một chương trình sự kiện; có thể vận dụng kiến thức để tổ chức và quản lý một số loại hình sự kiện trong nhà hàng, khách sạn.

Tài liệu được biên soạn thành 6 chương trong đó từ chương 1 đến bài 5 là kiến thức và quy trình tổ chức một sự kiện chung, chương 6 trình bày về kỹ năng, quy trình và kịch bản tổ chức một số loại hình sự kiện phổ biến trong khách sạn, nhà hàng.

Chương 1. Tổng quan về sự kiện và tổ chức sự kiện

Chương 2. Lập kế hoạch và ngân sách cho sự kiện

Chương 3. Chuẩn bị tổ chức sự kiện

Chương 4. Tổ chức điều hành các hoạt động của sự kiện

Chương 5. Tổng kết đánh giá sự kiện

Chương 6. Kỹ năng tổ chức một số sự kiện trong nhà hàng, khách sạn

Để tự học với tài liệu này, trước buổi học, sinh viên chủ động đọc trước tài liệu dạy học kết hợp với giáo trình cho từng nội dung trong học phần, đồng thời tìm hiểu các ví dụ dẫn chứng liên quan đến nội dung bài học và chủ đề thảo luận để thảo luận tại lớp. Sau khi nghiên cứu tài liệu, sinh viên tổng hợp các nội dung còn thắc mắc để giáo viên giải đáp trong các buổi học. Sau giờ học,



sinh viên tự học theo các câu hỏi ôn tập, lập nhóm thảo luận theo hướng dẫn tự học của giáo viên. Học liệu được biên soạn trên cơ sở tham khảo các tài liệu, giáo trình của các tác giả mà nhóm biên soạn đã liệt kê, nhưng không thể tránh khỏi những khiếm khuyết nhất định. Tập thể tác giả rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến phê bình, góp ý quý báu của độc giả để hoàn thiện hơn.

Tài liệu dạy học do Th.S Nguyễn Thị Kim Thanh biên soạn lời mở đầu, phần phụ lục, chương 2, chương 4, chương 5, chương 6.

Th.S Hà Thị Phương Lan biên soạn chương 1, chương 3.

Xin trân trọng cảm ơn !

Chủ biên

Th.S. Nguyễn Thị Kim Thanh

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Ví dụ Kịch bản chi tiết chương trình “Ngày hội gia đình”	33
Bảng 2.2. Ví dụ về bảng kế hoạch sự kiện.....	42
Bảng 2.3. Bảng kế hoạch thực hiện sự kiện.....	42
Bảng 2.4. Bảng tiến độ chuẩn bị tổ chức sự kiện.....	46
Bảng 2.5. Ví dụ về bảng dự toán ngân sách tổ chức sự kiện.....	51
Bảng 3.1. Mẫu danh sách khách mời	65
Bảng 3.2. Một mẫu về hồ sơ khách mời.....	67
Bảng 3.3. Mẫu danh sách các nhà cung ứng được lựa chọn.....	96
Bảng 6.1. Kịch bản tiệc cưới.....	149
Bảng 6.2. Kịch bản sinh nhật (Kịch bản mẫu).....	155
Bảng 6.3. Kịch bản mẫu: Kịch bản tiệc cuối năm	159
Bảng 6.4. Kịch bản chương trình "Hội thảo Hướng nghiệp cho sinh viên Du lịch trường Đại học Hạ Long“	168
Bảng 6.5. Kịch bản lễ ra mắt iphone 6 và iphone 6 plus	173
Bảng 6.6. Ví dụ kịch bản chương trình lễ khai trương.....	184
Bảng 6.7. Kịch bản tổ chức họp báo của công ty thời trang Việt	187
Bảng 6.8. Kịch bản Workshop	193
Bảng 6.9. Ví dụ kịch bản Gala Dinner sinh viên	198

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1. Vai trò trung gian của nhà tổ chức sự kiện	15
Hình 1.2. Quy trình tổ chức sự kiện	17
Hình 3.1. Một số mẫu về thiệp mời tham gia sự kiện.....	70
Hình 3.2. Các thành phần không gian của sự kiện.....	81
Hình 3.3. Mô hình tổ chức lao động đơn giản	100
Hình 3.4. Mô hình tổ chức lao động theo chức năng	102
Hình 3.5. Ví dụ về mô hình tổ chức lao động kiểu ma trận.....	103
Hình 3.6. Mô hình tổ chức lao động kiểu đa cấp hay cấu trúc mạng.....	104
Hình 3.7. Mẫu danh mục chuẩn bị tài liệu cho sự kiện	107
Hình 6.1. Tiệc đứng	143

Chương 1

TỔNG QUAN VỀ SỰ KIỆN VÀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN

NỘI DUNG CHÍNH

- Khái niệm sự kiện, tổ chức sự kiện, nhà tổ chức sự kiện
- Các loại hình sự kiện
- Một số ý nghĩa và tác động của sự kiện
- Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện
- Quy trình tổ chức sự kiện

1.1. TỔNG QUAN VỀ SỰ KIỆN

1.1.1. Khái niệm sự kiện

Hằng ngày các sự kiện diễn ra không ngừng ở hầu hết các quốc gia và trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Thuật ngữ “sự kiện” được nhắc đến thường xuyên trên các kênh thông tin đại chúng. Trên thế giới, ngành tổ chức và kinh doanh sự kiện ra đời từ sớm. Sự kiện không chỉ dành được sự quan tâm đặc biệt của công chúng mà chính phủ các nước cũng hết sức chú trọng phát triển ngành này, coi tổ chức sự kiện là một cách thức hiệu quả để quảng bá cho quốc gia, cũng như đạt được mục tiêu về kinh tế xã hội.

Theo từ điển tiếng Việt: “ Sự kiện đó là sự việc có ý nghĩa quan trọng đang xảy ra, có ý nghĩa với đời sống xã hội”¹.

Theo tiếng Anh, sự kiện (event) bao hàm các lĩnh vực khá rộng như:

- + Business event: Các sự kiện liên quan đến kinh doanh
- + Corporate events: Các sự kiện liên quan đến doanh nghiệp, ví dụ: lễ kỷ niệm ngày thành lập công ty, hội nghị khách hàng...
- + Fundraising events: Sự kiện nhằm mục đích gây quỹ
- + Exhibitions: Triển lãm
- + Trade fairs: Hội chợ thương mại
- + Entertainment events: Sự kiện mang tính chất giải trí

- + Concerts/live performances: Hoà nhạc, biểu diễn trực tiếp
- + Festive events: Lễ hội, liên hoan
- + Government events: Sự kiện của các cơ quan nhà nước
- + Meetings: Họp hành, gặp giao lưu
- + Seminars: Hội thảo chuyên đề
- + Workshops: Bán hàng
- + Conferences: Hội thảo
- + Conventions: Hội nghị
- + Social and cultural events: Sự kiện về văn hoá, xã hội

¹Từ điển Tiếng Việt, 1992, tr.862.

- + Sporting events: Sự kiện trong lĩnh vực thể thao
- + Marketing events: Sự kiện liên quan tới marketing
- + Promotional events: Sự kiện kết hợp khuyến mãi, xúc tiến thương mại
- + Brand and product launches: Sự kiện liên quan đến thương hiệu, sản phẩm...

Trong lĩnh vực tổ chức sự kiện hiện nay ở Việt Nam người ta thường quan niệm: sự kiện đó là các hoạt động diễn ra trong các lĩnh vực như thể thao,

- Với cách hiểu như trích dẫn nói trên, thì “sự kiện” chủ yếu là các hoạt động liên quan đến hoạt động thương mại, marketing của các doanh nghiệp như: hội thảo, hội nghị, khai trương, giới thiệu sản phẩm, hội chợ, triển lãm... Ngay cả một số công ty có dịch vụ tổ chức sự kiện hiện nay ở Việt Nam, trong phần giới thiệu các sản phẩm về “tổ chức sự kiện” của mình cũng chỉ tập trung trong những nội dung này mà ít quan tâm đề cập đến các lĩnh vực xã hội và đời sống thường ngày khác.

Như vậy, khái quát có thể chỉ ra khái niệm về sự kiện (trong lĩnh vực tổ chức sự kiện) như sau: *Sự kiện đó là các hoạt động xã hội trong lĩnh vực thương mại, kinh doanh, giải trí, thể thao, hội thảo, hội nghị, giao tiếp xã hội, các trò chơi cộng đồng, và các hoạt động khác liên quan đến lễ hội, văn hóa, phong tục- tập quán...[4, tr.10].*

1.1.2. Các thành phần tham gia trong sự kiện

Các thành phần tham gia sự kiện là những tổ chức, doanh nghiệp hoặc cá nhân trực tiếp hoặc gián tiếp tham gia vào một hoặc nhiều công việc, hoạt động, diễn biến của sự kiện. Người tham gia sự kiện bao gồm các nhóm chính:

- Nhà đầu tư sự kiện (bao gồm cả nhà tài trợ sự kiện);
- Nhà tổ chức sự kiện (có nghĩa tương đương với doanh nghiệp tổ chức sự kiện);
- Nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện: cung cấp dịch vụ, hàng hóa cho sự kiện do nhà tổ chức sự kiện thuê;
- Khách mời (tham gia sự kiện);
- Khách vắng lai tham dự sự kiện;
- Chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện.

Việc phân chia nói trên chỉ mang tính chất tương đối trong một số trường hợp nhà đầu tư sự kiện cũng có thể chính là nhà tổ chức sự kiện (tự tổ chức). Một số sự kiện không có khách vắng lai tham dự sự kiện mà chỉ đơn thuần là khách mời, một số sự kiện ảnh hưởng và sự liên quan đến chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện không đáng kể.

Nhà đầu tư sự kiện (nhà thuê tổ chức sự kiện/ chủ sở hữu sự kiện): là các chủ thể chính của sự kiện, là các tổ chức doanh nghiệp hoặc cá nhân bỏ kinh phí để thực hiện hoặc thuê nhà tổ chức sự kiện thực hiện sự kiện và chịu trách nhiệm chủ yếu đối với các yếu tố có liên quan đến sự kiện, nhằm mang lại những lợi ích khác nhau cho tổ chức của mình và cho xã hội.

Nhà đầu tư sự kiện nếu bỏ kinh phí và tự mình tổ chức sự kiện họ sẽ đóng cả vai trò là nhà tổ chức sự kiện.

Nhà tài trợ sự kiện: Là các tổ chức, doanh nghiệp hoặc cá nhân tài trợ cho sự kiện một phần về kinh phí, cơ sở vật chất kỹ thuật, nhân lực... để góp phần vào sự thành công của sự kiện, nhằm mang lại những lợi ích cho mình và cho xã hội. Nhà tài trợ sự kiện sẽ có được những quyền hạn nhất định trong việc chi phối một số nội dung, hoạt động cũng như mục đích của sự kiện; song song với nó họ cũng sẽ phải chịu một số trách nhiệm nhất định (đối với các vấn đề có liên quan với họ) trong sự kiện.

Trong một sự kiện có thể vừa có nhà đầu tư sự kiện vừa có thể có một hay nhiều nhà tài trợ cho sự kiện. Trường hợp có nhiều nhà tài trợ sự kiện, người ta thường chỉ ra nhà tài trợ chính (tài trợ chính thức); nhà đồng tài trợ...

Nhà tổ chức sự kiện (bên được thuê tổ chức sự kiện): là những tổ chức, doanh nghiệp, những người được nhà đầu tư sự kiện thuê và được ủy quyền thực hiện quá trình tổ chức sự kiện có những ràng buộc, quyền lợi và nghĩa vụ nhất định trong quá trình tổ chức sự kiện. Cùng với nhà đầu tư sự kiện nhà tổ chức sự kiện phải chịu trách nhiệm trước pháp luật về các vấn đề có liên quan đến sự kiện.

Khách hàng của nhà tổ chức sự kiện: Khách hàng là đối tượng mà nhà tổ chức sự kiện phục vụ và sẽ được trả công cho quá trình phục vụ của mình. Tùy theo hình thức tổ chức sự kiện mà khách hàng của sự kiện có thể khác nhau.

Một công ty bỏ tiền thuê một cuộc triển lãm hàng hóa thì khách hàng là nhà đầu tư sự kiện. Trong trường hợp nhà tổ chức sự kiện tự đứng ra tổ chức một sự kiện nào đó để lấy thu bù chi (ví dụ một cuộc biểu diễn nghệ thuật), khách hàng chính là các nhà tài trợ cho sự kiện và khán giả (khách mời) tham gia sự kiện.

Nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện: là những tổ chức, doanh nghiệp, cung ứng một hay một số các dịch vụ, hàng hóa hỗ trợ (dịch vụ về lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, dịch vụ thể thao, văn phòng, an ninh...) cho quá trình tổ chức sự kiện thông qua các hợp đồng (hoặc các hình thức thỏa ước khác) được ký kết với nhà tổ chức sự kiện, họ có những ràng buộc, quyền lợi, nghĩa vụ nhất định liên quan đến quá trình tổ chức sự kiện.

Tình nguyện viên tham gia sự kiện là những người tình nguyện tham gia vào quá trình tổ chức và diễn ra sự kiện, thường với tư cách hỗ trợ cho quá trình tổ chức sự kiện, họ chịu sự chỉ đạo giám sát của ban tổ chức sự kiện/ nhà tổ chức sự kiện.

Khách mời tham gia sự kiện (về sau gọi tắt là: khách mời) là những tổ chức, doanh nghiệp hoặc cá nhân được chủ đầu tư sự kiện chủ động mời tham dự vào các diễn biến, hoạt động của sự kiện, họ là đối tượng chính mà mục tiêu sự kiện muốn tác động đến. Vì vậy, khách mời tham gia sự kiện là một trong các yếu tố cần tính tới khi lập chương trình, kế hoạch và nội dung tổ chức sự kiện.

Khách mời tham gia sự kiện thường là miễn phí, nhưng cũng có trường hợp phải trả những khoản phí nhất định để đổi lại họ sẽ nhận được những giá trị nhất định về tinh thần hoặc vật chất.

Khách mời tham gia sự kiện có thể là khán giả, trong trường hợp sự kiện có bán vé; Tuy nhiên có những đối tượng cũng là khán giả của các sự kiện nhưng không phải là khách mời, nếu họ không phải là đối tượng mà nhà tổ chức sự kiện muốn thu hút, họ chỉ tình cờ tham gia sự kiện với hình thức vô tình, vãng lai.

Khách vãng lai tham gia sự kiện (về sau gọi tắt là: khách vãng lai) là những tổ chức doanh nghiệp hoặc cá nhân do một lý do nào đó tham gia vào sự kiện nhưng không thuộc các nhóm nói trên.

Khách vãng lai thường vẫn được tính đến trong chương trình, kế hoạch tổ chức sự kiện. Tuy nhiên mức độ ảnh hưởng của nhóm này đến sự kiện không đáng kể. Trong một số trường hợp, khách vãng lai tham gia sự kiện có thể trở thành khách mời trong quá trình tiến hành sự kiện.

Chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện: là chính quyền và cư dân giới hạn trong một phạm vi địa lý nào đó chịu ảnh hưởng trong thời gian tiến hành sự kiện.

Phạm vi giới hạn là lớn hay nhỏ, tùy theo mức độ ảnh hưởng cũng như quy mô của sự kiện. Phạm vi này có thể là: xóm thôn, phường xã, một cơ quan, trường học và rộng hơn có thể là một thành phố, điểm du lịch, vùng lãnh thổ, quốc gia...

1.1.3. Các loại hình sự kiện

Có nhiều tiêu chí để phân loại sự kiện. Phân loại sự kiện thành những nhóm khác nhau, với mỗi nhóm sự kiện được phân loại theo những tiêu chí nhất định được gọi là một loại hình sự kiện. Các tiêu chí được sử dụng phổ biến trong phân loại sự kiện bao gồm:

- Quy mô, lãnh thổ
- Thời gian
- Hình thức và mục đích sự kiện

1.1.3.1. Phân loại theo quy mô, lãnh thổ

Sự kiện lớn: Là những sự kiện có mức độ ảnh hưởng lớn ở phạm vi quốc gia, quốc tế, thường có sự tham gia của nhiều người, thời gian tổ chức sự kiện khá dài, nội dung hoạt động đa dạng, phong phú. Ví dụ: Lễ hội chùa Hương, SEAGAME S23, hội nghị thượng đỉnh các nước nói tiếng Pháp...

Sự kiện nhỏ: Là những sự kiện có mức độ ảnh hưởng hẹp (thường giới hạn trong phạm vi một tổ chức doanh nghiệp hoặc gia đình), thường có sự tham gia của ít người, thời gian tổ chức sự kiện khá ngắn, nội dung hoạt động ít... Ví dụ: hội nghị tổng kết của công ty, đám cưới của cá nhân, một cuộc họp lớp cuối năm...

1.1.3.2. Phân loại theo thời gian

Tiêu chí thời gian có thể căn cứ theo độ dài thời gian hoặc tính thời vụ.

- Theo độ dài thời gian, căn cứ vào thời gian diễn ra sự kiện có thể chia thành: Sự kiện dài ngày, sự kiện ngắn ngày.

- Theo tính mùa vụ có thể chia thành: Sự kiện thường niên- diễn ra vào các năm thường vào những thời điểm nhất định như (Hội nghị tổng kết, lễ báo công, hội nghị khách hàng thường niên, họp đồng hương đầu năm/ cuối năm, các lễ hội thường niên...); Sự kiện không thường niên: không mang tính quy luật, không có hiện tượng lặp lại ở các năm (ví dụ: lễ khai trương cửa hàng, hội thảo du học Lào...)

1.1.3.3. Phân loại theo hình thức và mục đích sự kiện

a) *Sự kiện nội bộ công ty (Business and Corporate Events)*. Đối tượng của thể loại Event này được xác định dựa trên các mối quan hệ của công ty như nhân viên, đối tác, đại lý, cổ đông... Như:

- Họp mặt (Meeting)
- Hội nghị khách hàng (Customer Conference),
- Họp báo (Press Conference),
- Động thổ (Ground Breaking),
- Khánh thành (Grand Opening),
- Tiệc tối (Gala Dinner) cho nhân viên.

Mục đích:

- Tăng sự gắn kết của các thành viên công ty (nếu tổ chức cho nhân viên)
- Củng cố hình ảnh của công ty trong mắt đối tác (nếu tổ chức cho đối tác)
- Xây dựng hình ảnh của công ty trên các phương tiện truyền thông.

b) *Sự kiện hướng đến khách hàng (Consumer Events)*. Đây là khái niệm dùng để chỉ những Event có mục đích *quảng bá thương hiệu (branding)*, *kích thích mua hàng (boost sales)* và *tương tác với khách hàng*. Một số Consumer Events tiêu biểu:

- Tung sản phẩm (*Product Launch*)
- Thi đấu (*Tournament, Contest*)
- Giải trí văn nghệ (*Entertainment, Music show*)
- Lễ hội (*Festival Event*)
- Hội chợ, triển lãm (*Trade show, Exhibition*)
- Biểu diễn thời trang (*Fashion show*)...

c) *Sự kiện mang tính nhà nước, chính phủ (Government Events, Civic Events)*. Sự kiện dạng này thường do các cơ quan, đoàn thể tổ chức Mang mục đích chính trị như :

- Các buổi hội nghị lớn (*Convention*)
- Các Festival tầm địa phương, quốc gia
- Các lễ tranh cử, tổng tuyển cử...

d) *Sự kiện cộng đồng, sự kiện phi lợi nhuận (Community, Non-profit Events)*. Sự kiện cộng đồng thường do các tổ chức xã hội, các tổ chức phi chính phủ thực hiện, hoặc do các công ty thực hiện, mà mục đích nó hướng tới xã hội.. Một số hình thức tiêu biểu là: Sự kiện gây quỹ (*Fundraising*), các ngày hội vì môi trường, ngày đi bộ...

e) *Event của cá nhân (Personal Events)*. Dành cho cá nhân một người nào đó. Personal Event bao gồm đám cưới, đám tang (*Funeral*), sinh nhật, kỷ niệm một dịp nào đó (*anniversary*) hay ăn mừng điều gì đó (*Ceremony*)

1.1.4. Một số ý nghĩa và tác động của sự kiện

1.1.4.1. Tác động đến kinh tế

Sự kiện là trung tâm của đời sống văn hóa chúng ta thời hiện đại, điều mà trước đây chưa từng có. Kinh tế cải thiện nhanh chóng, thời gian rỗi tăng lên và sự tiêu dùng làm tăng nhanh sự kiện công cộng, các lễ kỷ niệm và giải trí. Các sự kiện diễn ra, đặc biệt là các sự kiện lớn sẽ thúc đẩy sự phát triển kinh tế và đa dạng hóa các ngành nghề kinh tế của các quốc gia, các địa phương.

Trước hết, tổ chức sự kiện là một ngành kinh tế tổng hợp nó góp một phần rất lớn đến việc phát triển du lịch, sự phát triển sự kiện thường kéo theo sự phát triển của các ngành hàng không, vận tải, thương mại, công nghiệp, nông nghiệp, ngân hàng v.v...

Với các sự kiện lớn quá trình chuẩn bị cơ sở vật chất kỹ thuật cho sự kiện, sẽ tạo điều kiện phát triển cơ sở hạ tầng, tạo khối lượng việc làm lớn cho nền kinh tế.

Tổ chức sự kiện là một công cụ marketing hữu hiệu, vì khi sự kiện diễn ra đạt kết quả tốt nó sẽ thúc đẩy hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế nói chung. Giờ đây chính phủ ủng hộ và quảng bá sự kiện như là một phần của chiến lược phát triển kinh tế, xây dựng quốc gia và marketing điểm đến. Các tổ chức và ngành kinh doanh nắm bắt sự kiện là nhân tố cơ bản trong chiến lược marketing và hình ảnh quảng bá của họ. Sự kiện có mặt ở mọi tờ báo, trên màn hình tivi. Sự kiện có thể thu hút giới truyền thông và các cuộc triển lãm, qua đó cải thiện hình ảnh cộng đồng doanh nghiệp trong dài hạn.

Ngoài những ảnh hưởng tích cực trên, sự kiện cũng gây ra những tác động tiêu cực cho kinh tế như sự lạm phát giá cả, sự hao hụt về tài chính do quản lý kém hoặc thiếu tính kế hoạch trong tổ chức sự kiện.

Các sự kiện lớn, và nhiều sự kiện cùng diễn ra sẽ gây sức ép ngày càng cao đối với hạ tầng cơ sở (sử dụng nhiều điện, nước, nhiên liệu và làm tăng lượng nước thải và chất thải); tăng chi phí cho hoạt động của công an, cứu hỏa, dịch vụ y tế...

Các sự kiện có thể gây các vấn đề như tắc nghẽn giao thông ; ô nhiễm môi trường, phá vỡ lối sống của dân cư nơi diễn ra các sự kiện, sự gián đoạn của các hoạt động kinh doanh bình thường...

Ảnh hưởng của các sự kiện đến đời sống dân cư nơi diễn ra sự kiện như các vấn đề về tập trung quá đông lượng người, làm tăng giá các hàng hóa tiêu dùng, khan hiếm hàng hóa...

1.1.4.2. Tác động đến văn hóa - xã hội

Bản thân quá trình tổ chức sự kiện sẽ tạo ra một khối lượng việc làm nhất định cho xã hội, cùng với những tác động kinh tế (đã đề cập ở trên), có thể thấy rằng sự kiện sẽ tạo ra khối lượng việc làm đáng kể cho xã hội.

Khi có sự phát triển dịch vụ tổ chức sự kiện, sẽ góp phần nâng cao đời sống của người dân, phát triển nền văn hóa tiên tiến đậm đà bản sắc dân tộc (qua việc tổ chức thành công các lễ hội chẳng hạn). Sự kiện giúp con người có điều kiện giao lưu, đoàn kết tiếp cận với cuộc sống hiện đại, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống.

Sự kiện ở phạm vi quốc tế góp phần vào việc mở rộng và củng cố các mối quan hệ đối ngoại và làm tăng thêm sự hiểu biết lẫn nhau giữa các dân tộc và các nước trên thế giới.

Ví dụ : qua Segames 23 tổ chức ở Việt Nam góp phần phát triển các mối quan hệ của Việt Nam với các nước trong khu vực.

Tổ chức các sự kiện truyền thống (ví dụ các lễ hội văn hóa, phong tục tập quán, lễ hội tín ngưỡng...) một cách chuyên nghiệp sẽ tác động trực tiếp và gián tiếp đến việc bảo tồn các di sản văn hóa của một quốc gia, nâng cao truyền thống, lòng tự hào dân tộc, tính tự trọng, tự tôn dân tộc, thúc đẩy việc giữ gìn và nâng cao bản sắc văn hoá, bảo tồn tính đa dạng văn hoá, khắc phục tính tự ti dân tộc.

Sự kiện góp phần tái tạo các giá trị truyền thống đã bị mai một. Chính là các giá trị truyền thống này tạo nên sự đặc sắc trong các sự kiện và trở thành nét thu hút du khách.

Bên cạnh các tác động tích cực đã đề cập ở trên, khi diễn ra các sự kiện cũng có thể gây ra những tác động tiêu cực nhất định đến văn hóa xã hội như :

Một số sự kiện có thể kéo theo các tệ nạn xã hội như : ma túy, cờ bạc, mất trật tự công cộng ở nhiều địa phương, hoặc có thể gây ra sự lây truyền một số bệnh tật.

Các vấn đề về môi trường mà tiêu biểu nhất là rác thải: Khi sự kiện diễn ra sẽ xuất hiện nhu cầu cao về tiêu dùng các sản phẩm và lượng người đông sinh hoạt và đời sống, cho nên thường thải ra môi trường lượng chất thải lớn. Sự kiện còn có thể làm ô nhiễm môi trường không khí, tiếng ồn lớn...

Tóm lại, tổ chức sự kiện vừa có tác động tích cực, vừa có tác động tiêu cực đến kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường. Nhận thức được vấn đề này, để nhà đầu tư sự kiện, nhà tổ chức sự kiện phải biết cân đối các lợi ích khi tiến hành sự kiện cũng như lựa chọn được cách thức tiến hành sự kiện một cách hiệu quả nhất; hạn chế những mặt tiêu cực phát huy những tác động tích cực mà sự kiện mang lại cho đời sống kinh tế xã hội.

1.1.4.3. Tác động đến du lịch

a) Tác động tích cực

Việc tổ chức các sự kiện, đặc biệt là các sự kiện lớn có quy mô quốc gia, quốc tế sẽ có những tác động rất lớn đến hoạt động xúc tiến du lịch. Qua các sự kiện không chỉ làm tăng số lượng khách mà còn kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu của khách.

Thông qua các sự kiện cùng với việc quảng bá của các phương tiện thông tin đại chúng, cùng với sự quảng bá trực tiếp từ lượng khách đến tham gia sự kiện có thể tạo nên hình ảnh tốt đẹp về nơi diễn ra sự kiện như một điểm đến du lịch hấp dẫn. Điều này, sẽ hấp dẫn các du khách mới và thu hút những khách đã đến tham gia sự kiện quay trở lại.

Một trong những thế mạnh của sự kiện là tạo ra sức hút về khách du lịch để hạn chế những ảnh hưởng tiêu cực của thời vụ du lịch. Tại những điểm du lịch chịu ảnh hưởng rất lớn về tính thời vụ (ví dụ các điểm du lịch biển ở miền bắc Việt Nam) vào thời điểm ngoài vụ lượng khách du lịch rất ít, trong khi đó cơ sở vật chất và các điều kiện về cung du lịch lại dư thừa gây nên sự lãng phí rất lớn.

Tại các điểm du lịch có tính thời vụ cao này, vào thời điểm ngoài vụ nếu có điều kiện tổ chức các sự kiện như: các lễ hội văn hóa truyền thống, lễ hội thể

thao, hội thảo, hội nghị... sẽ tiếp tục khai thác được lượng khách du lịch. Việc tạo ra các sự kiện mang tính chất truyền thống có thể còn phụ thuộc vào chiều dày lịch sử, văn hóa... tuy nhiên có một số sự kiện mang tính hiện đại (đặc biệt là các sự kiện về văn hóa, thể thao, hội nghị, hội thảo, giải trí, thi đấu...) có thể tổ chức nếu có được các điều kiện thuận lợi (ví dụ: đăng cai cuộc thi Sao Mai ở Tuần Châu vào mùa đông chẳng hạn), điều này sẽ tạo nên một lượng khách đáng kể đến với điểm du lịch. Một trong số những điểm du lịch biển khai thác tốt nhất việc tổ chức sự kiện và du lịch MICE trong thời điểm ngoài vụ ở miền Bắc là Đồ Sơn- Hải Phòng. Trong thời gian tới, các điểm du lịch cần chú trọng quan tâm đến việc khai thác và tổ chức các sự kiện để khắc phục những tác động của thời vụ du lịch.

Tổ chức sự kiện có thể nâng cao cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Các sự kiện lớn ở tầm quốc tế như các olimpic, world cup hoặc ở quy mô nhỏ hơn như: Sea games, asian cup, hội nghị thượng đỉnh các nước nói tiếng Pháp... sẽ là một dịp để nâng cao cơ sở vật chất phục vụ du lịch.

Đối với các sự kiện này, các chính phủ các tổ chức trong và ngoài nước sẽ có những đầu tư cho nơi tổ chức sự kiện xây dựng, nâng cấp hoàn thiện không chỉ là cơ sở hạ tầng về giao thông, thông tin liên lạc mà còn đầu tư phát triển các cơ sở cung ứng du lịch.

Ngoài ra, khi sự kiện sắp diễn ra, do kỳ vọng lượng khách đến tham gia sự kiện và do những tác động tích cực của việc tổ chức sự kiện đến xúc tiến du lịch các cơ sở kinh doanh du lịch sẽ tiến hành đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất của mình.

b) Tác động tiêu cực

Khi sự kiện không thành công do có nhiều thiếu sót trong khâu tổ chức hoặc nội dung và hình thức không phù hợp, hình ảnh của nhà tổ chức của điểm đến sẽ bị ảnh hưởng xấu. Đây là nguyên nhân của hàng loạt tác động tiêu cực đến hoạt động du lịch như tạo ấn tượng, hình ảnh không tốt về điểm đến, sụt giảm lượng khách du lịch, giảm doanh thu của các doanh nghiệp du lịch và ngành du lịch nói riêng.

1.1.5. Sơ lược về thị trường tổ chức sự kiện ở Việt Nam

So với quảng cáo, thị trường tổ chức sự kiện có thể có quy mô nhu cầu lớn hơn nhiều, không chỉ bao gồm nhu cầu của các tổ chức xã hội, phi chính phủ, các doanh nghiệp mà còn bao gồm nhu cầu của các gia đình, các cá nhân. Kinh tế xã hội càng phát triển, nhu cầu về tổ chức sự kiện càng cao. Việt Nam gần 90 triệu dân, hơn 60 tỉnh thành, hơn 500 quận huyện với hàng chục ngàn thôn xã, nền kinh tế nước ta lại bao gồm nhiều thành phần với hàng trăm ngàn doanh nghiệp thuộc các ngành với nhu cầu rất đa dạng về tổ chức sự kiện. Là đất nước có truyền thống văn hóa lâu đời, với hơn 60 dân tộc ở các miền khác nhau nên nền văn hóa Việt Nam rất đa dạng và phong phú. Hơn nữa, Việt Nam còn là nơi giao thoa của các nền văn hóa lớn như Trung Hoa, Ấn Độ, và phương Tây ngày càng làm cho nền văn hóa Việt Nam hiện đại phong phú và đa dạng hơn. Chính những yếu tố đó cũng tác động mạnh vào nhu cầu tổ chức sự kiện, làm quy mô nhu cầu tăng cao hơn với nhiều phân đoạn hơn. Nhu cầu và mong muốn là rất lớn. Mỗi năm có tới hàng triệu sự kiện lớn nhỏ có nhu cầu tổ chức. Tuy nhiên khả năng cung ứng hiện nay là có hạn. Phần lớn các sự kiện được tổ chức đều rơi vào các tổ chức kinh tế xã hội, các doanh nghiệp, các cơ quan khối công quyền. Số còn lại là rất ít rơi vào khu vực tư nhân có thu nhập cao hoặc rơi vào những loại sự kiện bất khả kháng như ma chay, hiếu hỷ, v.v... Tuy nhiên khi kinh tế phát triển, thu nhập của người dân cao hơn thì khả năng thanh toán cho loại dịch vụ này sẽ tăng lên nhiều.

Hoạt động tổ chức sự kiện diễn ra thường xuyên hàng ngày trong đời sống kinh tế xã hội trên nhiều lĩnh vực khác nhau, từ nhỏ đến lớn, từ đơn giản đến phức tạp (các buổi sinh nhật, ngày lễ tết, đón huân chương tới những sự kiện tầm cỡ quốc gia và quốc tế như Sea Games, Olympic, v.v... Cùng với tiến trình công nghiệp hoá, hoạt động tổ chức sự kiện đã không ngừng phát triển với sự phân công lao động xã hội ngày một sâu sắc và cạnh tranh cũng trở nên gay gắt. Hoạt động tổ chức sự kiện đang là mối quan tâm của xã hội.

Tại Việt Nam thị trường dịch vụ tổ chức sự kiện được hình thành từ ngày đổi mới và ngày càng sôi động nhất là mấy năm gần đây. Hiện nay và trong những năm tới hoạt động tổ chức sự kiện càng mở rộng và trở thành nếp sống không thể thiếu được trong nhân dân ta.

Mỗi cá nhân, mỗi tổ chức(gia đình, cơ quan đoàn thể, doanh nghiệp v.v...) đều có những sự kiện trong năm với mục đích cụ thể phải được tổ chức thực hiện. Do đó nhu cầu tổ chức sự kiện rất phong phú, đa dạng. Kinh tế văn hoá xã hội càng phát triển thì nhu cầu tổ chức sự kiện càng lớn. Đây thực sự trở thành thị trường lớn và ngày càng phát triển ở nước ta đòi hỏi phải có sự thoả mãn.

Trong hội nhập, thị trường mở rộng toàn khu vực Đông Nam Á với văn hóa đa sắc tộc thì quy mô sẽ tăng lên nhiều và mức tăng trưởng của thị trường này cũng rất cao. Đây là thị trường hấp dẫn đối với các nhà kinh doanh.

Trong chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, nhấn mạnh tầm quan trọng của du lịch dựa vào sự kiện ở Việt Nam nhằm vào các mục tiêu cơ bản: tạo lập hình ảnh tốt đẹp về đất nước, con người; xúc tiến, quảng bá cho điểm đến du lịch; nhằm gia tăng lượt khách du lịch, kéo dài thời gian lưu trú, tăng chi tiêu của khách du lịch và thúc đẩy sự phát triển các ngành kinh tế khác của điểm đến.

Về cung ứng, hoạt động cung ứng tổ chức sự kiện hiện nay chưa thành một ngành dịch vụ độc lập. Số công ty chuyên nghiệp kinh doanh tổ chức sự kiện là rất ít. Các hoạt động tổ chức sự kiện thường được các doanh nghiệp ngành khác kết hợp thực hiện như khách sạn, các trung tâm hội nghị, các doanh nghiệp quảng cáo lớn. Những sự kiện lớn có tầm quốc gia, quốc tế như lễ Quốc Khánh, SEA GAMES, APEC, những ngày hội tôn giáo, v.v....Đó là những sự kiện dài ngày diễn ra trong phạm vi không gian rộng có cơ chế tổ chức riêng biệt là Ban tổ chức. Ban tổ chức gồm nhiều thành phần khác nhau được hình thành để triển khai và tổ chức hoạt động một sự kiện thuộc loại trên. Khi sự kiện được tổ chức hoàn tất thì ban tổ chức cũng hoàn thành nhiệm vụ và tự giải thể. Với tình không chuyên nghiệp như vậy nên việc tổ chức các hoạt động tổ chức sự kiện trở nên rất tốn kém và lãng phí. Đã có một số doanh nghiệp hoạt động tổ chức sự kiện mang tính chuyên nghiệp để thoả mãn nhu cầu đó. Tuy nhiên, sự thoả mãn này còn thấp, còn mất cân đối về cung cầu dịch vụ này trên thị trường.

Như vậy, trên tất cả các phương diện đều phản ánh những cơ hội lớn cho lĩnh vực tổ chức sự kiện ở Việt Nam. Với bề dày lịch sử văn hóa hơn 4000, sự hiện diện của 54 dân tộc và quy mô dân số hơn 90 triệu dân, thị trường tổ chức

sự kiện được đánh giá có quy mô rất lớn. Bởi nó đáp ứng nhu cầu đa dạng của nhiều thành phần trong xã hội: Cộng đồng, chính quyền, các tổ chức, các đoàn thể, các tộc họ, các gia đình và cá nhân. Đặc biệt, trong môi trường kinh doanh đầy biến động, sự kiện bắt đầu trở thành kênh truyền thông được các doanh nghiệp chú ý khai thác ở Việt Nam. Vì nó giúp doanh nghiệp tiếp cận và tác động trực tiếp đối tượng cần nhắm đến. Đồng thời, với nền kinh tế quốc gia đang ngày càng tăng trưởng, cùng với sự cải thiện đáng kể mối quan hệ với các quốc gia, cảnh quan thiên nhiên nguyên sơ hữu tình, con người thân thiện, mến khách, nền chính trị ổn định và chính sách ngoại giao tích cực, hứa hẹn sự tăng trưởng mạnh và ổn định của lĩnh vực tổ chức MICE quốc tế ở Việt Nam. Theo đánh giá của Lưu Văn Nghiêm (2007), hàng năm ở Việt Nam, chi tiêu cho lĩnh vực tổ chức sự kiện đã lên tới hàng chục ngàn tỷ đồng.

1.2. TỔNG QUAN VỀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN

1.2.1. Khái niệm về tổ chức và quản lý sự kiện

Tổ chức sự kiện là một quá trình bao gồm một số hoặc toàn bộ các công việc: nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng; lập chương trình, kế hoạch; chuẩn bị các yếu tố cần thiết; và tổ chức tiến hành diễn biến của sự kiện trong một thời gian và không gian cụ thể để truyền đạt những thông điệp nhất định đến những người tham gia sự kiện và xã hội; nhằm đáp ứng các mục đích khác nhau của các chủ thể tham gia vào sự kiện.[4.tr.11].

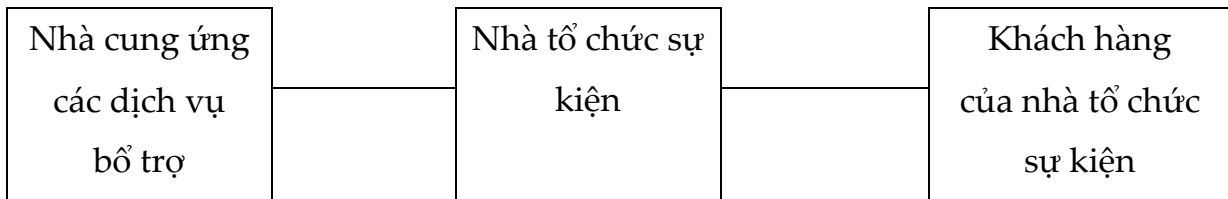
1.2.2. Vai trò của nhà tổ chức sự kiện

Tuy là một nghề khá mới mẻ tại Việt Nam trong những năm gần đây, tổ chức sự kiện đang phát triển với tốc độ nhanh chóng đi cùng nhu cầu quảng bá thương hiệu và sản phẩm mới của các doanh nghiệp. Nhu cầu tổ chức những sự kiện khác nhau như hội nghị khách hàng, ra mắt sản phẩm, lễ động thổ, lễ khánh thành, các cuộc thi lớn (thi tiếng hát truyền hình, hội thao), hội thảo, triển lãm... gia tăng càng cho thấy vai trò quan trọng của nghề tổ chức sự kiện đối với các tổ chức, doanh nghiệp.

* Nhà tổ chức sự kiện: Người trực tiếp thiết kế, xây dựng, tổ chức và thực hiện một sự kiện vì thế đòi hỏi phải có tính chuyên môn cao.

* Chủ sở hữu sự kiện: Là nhiều trực tiếp yêu cầu tổ chức sự kiện (có nhu cầu tổ chức sự kiện) chi trả các khoản chi phí liên quan đến tổ chức sự kiện nhằm đạt được một mục đích nhất định..

Nhà tổ chức sự kiện ngoài việc chịu trách nhiệm chuẩn bị, tiến hành và kết thúc các nội dung của sự kiện còn đóng vai trò trung gian giữa các nhà cung ứng dịch vụ với khách hàng của mình (xem sơ đồ 1.1)



Hình 1.1. Vai trò trung gian của nhà tổ chức sự kiện

1.2.3. Đặc điểm của tổ chức sự kiện

Có thể khẳng định tổ chức sự kiện là một loại hình kinh doanh dịch vụ, rất đa dạng phong phú do đó nó vừa chịu sự chi phối của đặc điểm kinh doanh dịch vụ nói chung vừa mang đặc điểm riêng biệt của nghề tổ chức sự kiện. Với cách tiếp cận trên ta có thể xác định được những đặc điểm cơ bản trong kinh doanh tổ chức sự kiện như sau:

1.2.3.1. Đặc điểm về sản phẩm của dịch vụ tổ chức sự kiện

Có thể khẳng định rằng, đặc điểm cơ bản nhất về sản phẩm của dịch vụ tổ chức sự kiện là: Sản phẩm của tổ chức sự kiện mang tính tổng hợp cao, nó là sự kết hợp giữa hàng hoá và dịch vụ trong đó dịch vụ chiếm tỷ trọng đa số.

Tính tổng hợp thể hiện ở chỗ: tổ chức sự kiện cần đến dịch vụ của rất nhiều ngành nghề khác nhau như: vận chuyển, lưu trú, ăn uống, giải trí, biểu diễn, in ấn, an ninh, xây dựng, thiết kế... Vì tổ chức sự kiện liên quan đến việc *ngiên cứu các yếu tố ảnh hưởng; lập chương trình, kế hoạch; chuẩn bị các yếu tố cần thiết; và tổ chức tiến hành diễn biến của sự kiện* nên nó mang tính dịch vụ rõ rệt. Cần lưu ý trong sản phẩm của tổ chức sự kiện cũng có những yếu tố hàng hóa (hữu hình) nhất định, như các sản phẩm vật chất; thức ăn, đồ uống... vì vậy nếu chỉ nói sản phẩm của tổ chức sự kiện là dịch vụ sẽ không hoàn toàn chính xác mà phải nói dịch vụ chiếm tỷ trọng đa số

Từ đặc điểm cơ bản nói trên, mà sản phẩm của các tổ chức sự kiện thường có các đặc điểm phổ biến của dịch vụ như:

- Sản phẩm của dịch vụ tổ chức sự kiện không lưu kho - cất trữ, không vận chuyển được.

- Thời gian sản xuất và thời gian tiêu dùng thường trùng nhau. Đánh giá chất lượng sự kiện chỉ có thể thực hiện một cách chính xác sau khi sự kiện đã được tiến hành.

- Khách thường mua sản phẩm của nhà tổ chức sự kiện trước khi nhìn thấy (hoặc tiêu dùng) nó.

- Sản phẩm không bao giờ lặp đi, lặp lại; mỗi một sản phẩm (sự kiện) gắn liền với một không gian và thời gian; gắn liền với nhà tổ chức sự kiện nhà đầu tư sự kiện trong việc phối hợp tạo ra nó.

1.2.3.2. Đặc điểm về lao động

Lao động trong tổ chức sự kiện có các đặc điểm cơ bản như:

- Lao động trong tổ chức sự kiện đòi hỏi tính chuyên môn hóa cao và đa dạng về ngành nghề, công việc, máy móc khó có thể thay thế con người. Lao động trong tổ chức sự kiện là lao động dịch vụ đặc thù, rất khó tự động hoá và cơ giới hoá. Trong thực tế mỗi nghiệp vụ trong tổ chức sự kiện đòi hỏi số lượng nhân viên có chuyên môn phù hợp. Do mục tiêu của các sự kiện đặt ra rất cao, vì vậy tính chuyên môn hóa mới có thể đạt được kết quả trong các công việc của tổ chức sự kiện.

- Tính tổ chức, khả năng phối hợp công việc của các bộ phận trong một sự kiện đòi hỏi phải đồng bộ, nhịp nhàng nhằm đảm bảo các mục tiêu của sự kiện. Tổ chức sự kiện là sự hỗn hợp của những loại hình kinh doanh khác nhau, thực hiện những chức năng khác nhau, có kiến thức, quan điểm khác nhau. Tất cả các bộ phận quản lý và nhân viên tham gia tổ chức sự kiện đều phải cùng mục tiêu mang lại thành công chung cho sự kiện. Do vậy, cần phải có sự hợp tác một cách nhịp nhàng và đồng bộ giữa các bộ phận. Có hàng trăm vấn đề khác nhau cùng xảy ra cùng một lúc trong quy trình tổ chức sự kiện. Việc điều phối và giải quyết vấn đề liên tục xảy ra và không bao giờ chấm dứt trong cả quy trình này, từ khi xây dựng chủ đề ý tưởng cho đến khi kết thúc sự kiện.

- Cường độ làm việc tương đối nặng (về mặt trí óc), mang tính sự vụ, phụ thuộc rất nhiều vào tiến độ, kế hoạch của sự kiện.

- Lao động trong tổ chức sự kiện phải chịu một sức ép tâm lý tương đối lớn. Họ phải chịu sự chi phối của kế hoạch tiến độ, mặt khác lại đòi hỏi sự năng động sáng tạo (hai đòi hỏi hơi trái ngược nhau); mặt khác do đặc tính lao động dịch vụ nên phải giao tiếp với rất nhiều đối tượng khác nhau, lại có yêu cầu luôn phải có thái độ vui vẻ, chuẩn mực trong công việc.

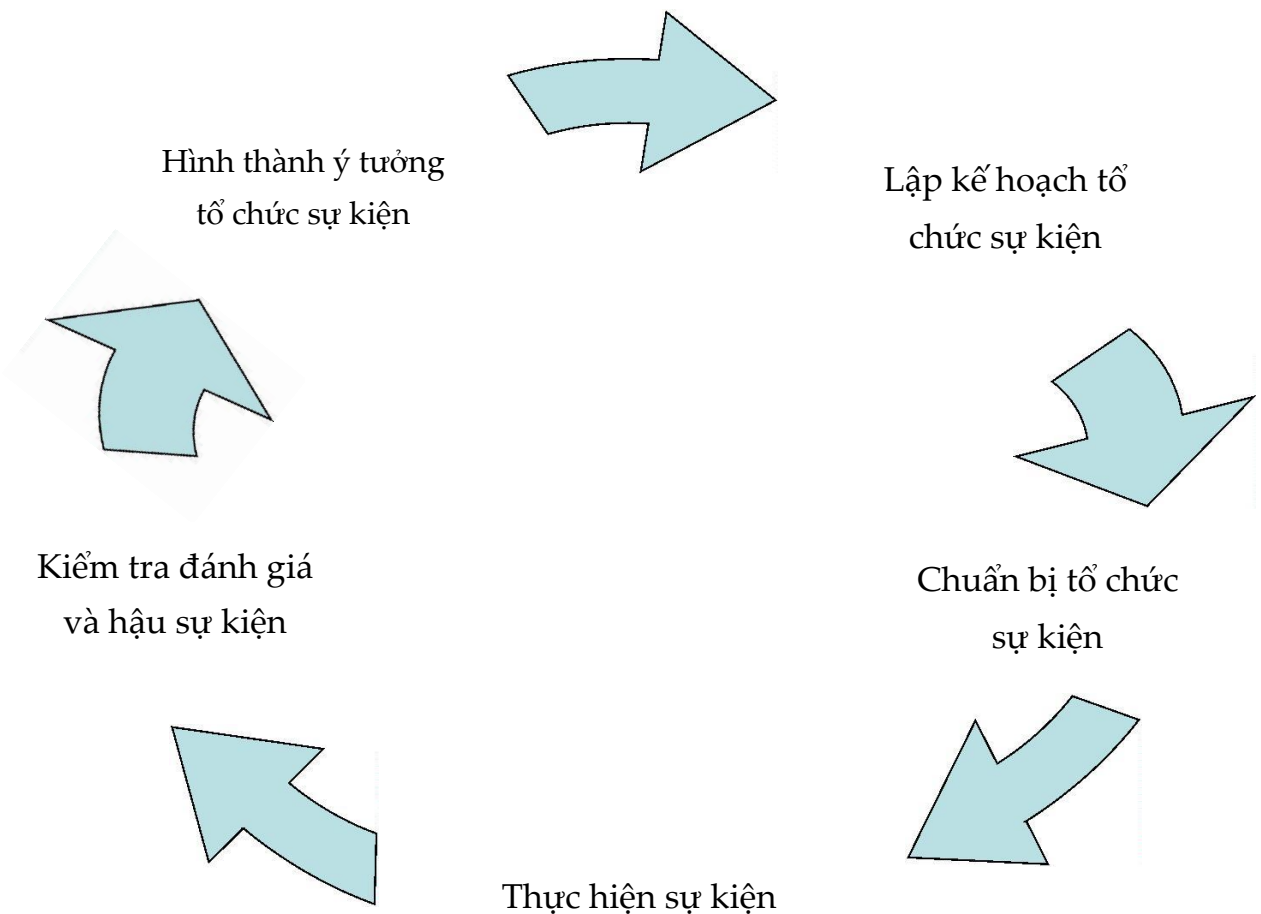
1.2.3.3. Đặc điểm về vị trí và cơ sở vật chất kỹ thuật trong tổ chức sự kiện

Vị trí và cơ sở vật chất kỹ thuật trong tổ chức sự kiện rất đa dạng phong phú, chúng có những yêu cầu đặc thù cho từng loại hình và quy mô của các sự kiện cụ thể.

1.2.3.4. Đặc điểm về hoạt động

Tính tổ chức, khả năng phối hợp công việc của các bộ phận trong tổ chức sự kiện đòi hỏi phải đồng bộ, nhịp nhàng với mục tiêu phục vụ khách với chất lượng cao nhất nhằm đáp ứng những yêu cầu, đòi hỏi của khách.

1.2.4. Quy trình tổ chức sự kiện



Hình 1.2. Quy trình tổ chức sự kiện

- Bước 1: Hình thành ý tưởng tổ chức sự kiện
- Bước 2: Lập kế hoạch tổ chức sự kiện
- Bước 3: Chuẩn bị tổ chức sự kiện
- Bước 4: Thực hiện sự kiện
- Bước 5: Kiểm tra đánh giá và hậu sự kiện

a) Bước 1: Hình thành ý tưởng tổ chức sự kiện

Trong giai đoạn này, ban tổ chức sự kiện phải tập hợp một nhóm người để tiến hành brainstorm ý tưởng các bước tổ chức sự kiện. Lưu ý khi thực hiện cần nắm rõ yêu cầu của bản brief, đồng thời hiểu rõ sản phẩm hoặc dịch vụ của công ty yêu cầu tổ chức sự kiện. Sau khi suy nghĩ ý tưởng, ban tổ chức sự kiện sẽ thể hiện trên proposal, là cách tạo sản phẩm Event trên giấy tờ. Chương trình này sẽ được gửi đến khách hàng với bảng báo giá và chờ phản hồi từ phía khách hàng. Thông thường, đối với một event, đây là giai đoạn quan trọng nhất, tạo được sự khác biệt giữa các công ty event với nhau.

Giai đoạn này là giai đoạn cụ thể ý tưởng. Các vấn đề bao gồm:

- Xác định mục đích của sự kiện
- Tìm hiểu nhu cầu và nguyện vọng của khách hàng
- Hình thành thông điệp sự kiện
- Xác định tên, logo, slogan cho sự kiện
- Lựa chọn loại hình sự kiện, quy mô, thời gian, địa điểm
- Xác định ngân sách sự kiện
- Ý tưởng kịch bản sự kiện
- Ý tưởng truyền thông

b) Bước 2: Lập kế hoạch tổ chức sự kiện

Đây là lúc quy trình tổ chức sự kiện được cụ thể hóa chi tiết nhất trước khi tiến hành thực thi. Công ty sự kiện cần quan tâm đến các vấn đề như:

- Lập dự toán ngân sách.
- Nguồn nhân lực thực hiện.

- Nhà cung cấp dụng cụ thiết bị.
- Vận chuyển như thế nào.
- Phân tích rủi ro có thể xảy ra.

c) Bước 3: Chuẩn bị tổ chức sự kiện

- Tổ chức truyền thông trước sự kiện, các công tác truyền thông
- Lên kịch bản sự kiện
- Chuẩn bị người phát ngôn, người dẫn chương trình và bài phát biểu
- Lập danh sách khách mời, thư mời và mời khách
- Lựa chọn không gian và thời gian tổ chức sự kiện
- Xin giấy phép
- Chuẩn bị các thiết bị kỹ thuật: âm thanh, ánh sáng...
- Chuẩn bị hậu cần: tiệc, đồ uống, xe đưa đón khách mời, quà, nhân viên phục vụ, tình nguyện viên...
- Dự trù các tình huống bất ngờ

d) Bước 4: Thực hiện sự kiện

Một sự kiện thường mất 2 tuần để thực hiện. Bao gồm các hoạt động chuẩn bị như đồng phục, in banner, lắp đặt standee, thuê người, liên lạc các bên liên quan. Một số công ty tổ chức sự kiện sẽ tiến hành thuê ngoài (outsourcing) một số hoạt động và cử bộ phận giám sát hoạt động...Lưu ý cần trao đổi với khách hàng thường xuyên để đạt được sự chấp thuận từ phía khách hàng, đồng thời luôn kiểm soát chặt chẽ nhà cung cấp để hạn chế mọi rủi ro có thể xảy ra.

Quá trình dàn dựng chuẩn bị được thực hiện tại nơi tổ chức sự kiện. Tốt nhất là 1 hoặc 2 ngày trước ngày sự kiện diễn ra. Nên có một bảng những công việc cần làm để tiện theo dõi tiến độ và không bỏ sót bất cứ khâu nào. Chú ý đến thời gian vận chuyển. Các trưởng bộ phận sẽ điều phối nhân lực theo công việc đã được phân công. Những lúc có phát sinh ngoài dự kiến, mọi người sẽ cùng tập hợp lại để cùng giải quyết tại chỗ.

e) Bước 5: Kiểm tra đánh giá và hậu sự kiện

Các bước tổ chức sự kiện, luôn theo dõi chặt chẽ khi sự kiện diễn ra. Điều chỉnh khi phát sinh vấn đề.

- Kết thúc sự kiện, chuyển đồ đạc về kho (removal): dọn dẹp nơi tổ chức (cleaning), sửa lại những vật dụng đã sử dụng (repair), thanh toán hợp đồng cho các nhà cung cấp (contract acquittal), bảo quản kho (storage)...

- Hợp rút kinh nghiệm: Sau khi event kết thúc, trong công ty tổ chức sự kiện mỗi bộ phận sẽ viết báo cáo ghi nhận lại những thiếu sót về quá trình chuẩn bị, quá trình diễn ra và quá trình kết thúc sự kiện để cùng nhau rút kinh nghiệm cho những sự kiện sau.

1.2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện

Tổ chức sự kiện là một hoạt động dịch vụ, có rất nhiều yếu tố ảnh hưởng đến lĩnh vực này. Tiếp cận theo quan điểm marketing có thể chia các yếu tố ảnh hưởng đến sự kiện thành hai nhóm chính đó là: các yếu tố vĩ mô và các yếu tố vi mô.

1.2.5.1. Các yếu tố vĩ mô

Bao gồm các yếu tố, các lực lượng mang tính chất xã hội rộng lớn, chúng có tác động ảnh hưởng tới hoạt động tổ chức sự kiện.

Môi trường nhân khẩu học:

Bao gồm các vấn đề về dân số và con người như quy mô, mật độ, phân bố dân cư, tỷ lệ sinh, tỷ lệ chết, tuổi tác, giới tính, sắc tộc, nghề nghiệp...tạo ra các loại thị trường cho doanh nghiệp tổ chức sự kiện, vì vậy môi trường nhân khẩu học là mối quan tâm lớn của các nhà hoạt động thị trường.

Một vấn đề khác liên quan đến sự biến đổi thị trường và do đó liên quan đến hoạt động Tổ chức sự kiện là quá trình đô thị hoá và phân bố lại dân cư. Các vùng đô thị tập trung luôn luôn là thị trường chính của dịch vụ tổ chức sự kiện. Bên cạnh đó, việc phân bố lại lực lượng sản xuất, phân vùng lãnh thổ, đặc khu kinh tế cũng tạo ra các cơ hội thị trường mới đầy hấp dẫn.

Môi trường kinh tế: Thể hiện ở tốc độ tăng trưởng kinh tế, cơ cấu vùng từ đó tạo ra tính hấp dẫn về thị trường và sức mua, cơ cấu chi tiêu khác nhau đối với các thị trường hàng hoá khác nhau.

Ngoài ra cùng với sự phát triển của đời sống xã hội, mà yếu tố chi phối lớn nhất là thu nhập của người dân sẽ tác động đến tổ chức sự kiện. Ví dụ, khi thu nhập của người dân nâng cao các sự kiện mang tính chất truyền thống (như cưới hỏi, sinh nhật, giao tiếp xã hội...) sẽ ngày càng nhiều, đòi hỏi tính chuyên nghiệp ngày càng cao, đây là một mảng sự kiện mà các nhà kinh doanh cần phải quan tâm, chuẩn bị các điều kiện để cạnh tranh trong tương lai.

Môi trường tự nhiên: Bao gồm hệ thống các yếu tố tự nhiên ảnh hưởng đến đầu vào cần thiết cho các nhà sản xuất kinh doanh và gây ảnh hưởng cho các hoạt động tổ chức sự kiện.

Các yếu tố ảnh hưởng rõ rệt nhất từ môi trường tự nhiên có thể chỉ ra là:

- Thời tiết, khí hậu ảnh hưởng trực tiếp đến việc tổ chức sự kiện, đặc biệt là các sự kiện dự định tổ chức ở không gian ngoài trời.

- Các vấn đề về ô nhiễm và bảo vệ môi trường: Cộng đồng dân cư và chính quyền nơi diễn ra sự kiện, thường có những nhận thức nhất định về vấn đề ô nhiễm và bảo vệ môi trường. Điều này tác động đến việc lựa chọn các chủ đề cũng như hoạt động trong sự kiện, nếu không đáp ứng được các yêu cầu tối thiểu về môi trường, xử lý rác thải... nhà tổ chức sự kiện có thể sẽ không được cấp phép cho việc tổ chức sự kiện.

Môi trường công nghệ kỹ thuật: Bao gồm các nhân tố gây tác động ảnh hưởng đến công nghệ mới, sáng tạo sản phẩm và cơ hội thị trường mới, ảnh hưởng đến việc thực thi các giải pháp cụ thể của tổ chức sự kiện.

Tiến bộ kỹ thuật hỗ trợ cho tổ chức sự kiện ở nhiều lĩnh vực như:

- Trong việc quản lý, lập kế hoạch tổ chức sự kiện
- Trong quá trình chuẩn bị sự kiện (như chuẩn bị địa điểm, trang trí)
- Trong hoạt động thông tin liên lạc hỗ trợ cho tổ chức sự kiện.
- Trong quá trình đưa đón, vận chuyển khách đến với sự kiện
- Trong việc trình diễn (kỹ thuật âm thanh, ánh sáng, các hiệu ứng đặc biệt)...

Môi trường chính trị: Là một trong những yếu tố ảnh hưởng mạnh mẽ đến các quyết định tổ chức sự kiện của cả nhà đầu tư và tổ chức sự kiện. Nó bao gồm hệ thống luật và các văn bản dưới luật, các công cụ, chính sách của nhà

nước, tổ chức bộ máy, cơ chế điều hành của chính phủ và các tổ chức chính trị, xã hội. Sự tác động của môi trường chính trị tới các quyết định Tổ chức sự kiện phản ánh sự tác động can thiệp của các chủ thể quản lý vĩ mô tới kinh doanh của doanh nghiệp. Ví dụ, các quy định của nhà nước về thủ tục hành chính sẽ tác động không nhỏ đến hoạt động tổ chức sự kiện nếu không nắm vững điều này sẽ gặp khó khăn rất lớn trong hoạt động tổ chức sự kiện.

Môi trường văn hoá: Văn hoá được coi là một hệ thống giá trị, quan niệm, niềm tin, truyền thống và các chuẩn mực hành vi đơn nhất với một nhóm người cụ thể nào đó được chia sẻ một cách tập thể, bao gồm: những giá trị văn hoá truyền thống căn bản, những giá trị văn hoá thứ phát, các nhánh văn hoá của một nền văn hoá.

Nói chung, các giá trị văn hoá chủ yếu trong xã hội được thể hiện ở quan niệm hay cách nhìn nhận, đánh giá con người về bản thân mình, về mối quan hệ giữa con người với nhau, về thể chế xã hội nói chung, về thiên nhiên và về thế giới. Ngày nay con người đang có xu thế trở về với cộng đồng, hoà nhập chung sống hoà bình, bảo vệ và duy trì, phát triển thiên nhiên, môi trường sinh thái. Sự đa dạng hoá, giao thoa của các nền văn hoá, sắc tộc và tôn giáo khiến các hoạt động Tổ chức sự kiện cần phải thích ứng để phù hợp với các diễn biến đó.

Tóm lại, môi trường tổ chức sự kiện vĩ mô cũng hết sức rộng lớn và ảnh hưởng nhiều mặt tới hoạt động Tổ chức sự kiện của doanh nghiệp.

1.2.5.2. Các yếu tố vi mô

Để tổ chức thành công một sự kiện, các nhà tổ chức sự kiện phải sử dụng một cách tối ưu các nguồn lực của mình, ngoài ra cần phải cân nhắc ảnh hưởng của những người cung ứng dịch vụ trung gian, đối thủ cạnh tranh, khách hàng (nhà đầu tư/ tài trợ sự kiện).

Nhóm các yếu tố vi mô bao gồm các yếu tố liên quan chặt chẽ đến nhà tổ chức sự kiện và sự kiện cụ thể, nó có ảnh hưởng trực tiếp đến quy trình tổ chức sự kiện. Các yếu tố vi mô bao gồm:

Các yếu tố bên trong doanh nghiệp tổ chức sự kiện

Nguồn lực của nhà tổ chức sự kiện (resource): nguồn nhân lực, cơ sở vật chất kỹ thuật, kinh nghiệm tổ chức sự kiện, các mối quan hệ với nhà cung ứng dịch vụ, với chính quyền...

Các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện

Những người cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện là các doanh nghiệp và các cá nhân đảm bảo cung ứng các yếu tố cần thiết cho nhà tổ chức sự kiện và các đối thủ cạnh tranh để có thể thực hiện triển khai được các sự kiện.

Các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ sự kiện sẽ ảnh hưởng đến các yếu tố như:

- + Địa điểm tổ chức sự kiện (venue)
- + Cách thức phục vụ (catering)
- + Hình thức giải trí (entertainment, artist, speaker)
- + Cách trang trí (decoration), âm thanh ánh sáng (sound and light)
- + Các kỹ xảo hiệu ứng đặc biệt (audiovisual, special effects)...

Bất kỳ có sự thay đổi nào từ phía người cung ứng cũng sẽ gây ra ảnh hưởng tới hoạt động tổ chức sự kiện. Để đảm bảo ổn định và có sự lựa chọn, cạnh tranh...cho việc cung cấp các dịch vụ đúng chất lượng, số lượng và thời gian, phần lớn các doanh nghiệp tổ chức sự kiện đều thiết lập mối quan hệ đối tác với nhiều nhà cung cấp cho mình.

Khách hàng:

Khách hàng là đối tượng mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện phục vụ và mang lại nguồn thu cho nhà tổ chức sự kiện, tùy theo hình thức tổ chức sự kiện mà khách hàng của sự kiện có thể khác nhau.

Các đòi hỏi của khách hàng sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động tổ chức sự kiện, vì nhà tổ chức sự kiện phải tạo ra các sự kiện đáp ứng nhu cầu hay nói cách khác đạt được mục tiêu của khách hàng.

Đối thủ cạnh tranh:

Mọi doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp tổ chức sự kiện nói riêng đều phải đối đầu với các đối thủ cạnh tranh với nhiều mức độ khác nhau. Trong quá trình tiến hành tìm kiếm các nhà đầu tư sự kiện, cần phải hết sức quan tâm đến đối thủ cạnh tranh để đưa ra các chính sách, chiến lược cạnh tranh hợp lý. Đặc biệt nếu đối thủ cạnh tranh cùng tham gia đấu thầu trong việc tổ chức một sự kiện nào đó, mức độ cạnh tranh sẽ trở nên khốc liệt hơn.

Quá trình cạnh tranh này sẽ ảnh hưởng đến sự kiện (ảnh hưởng đến ngân sách, chương trình, ý tưởng... do tác động từ đối thủ cạnh tranh).

Chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện:

Chính quyền và cư dân nơi diễn ra sự kiện sẽ ủng hộ hoặc chống lại các hoạt động tổ chức sự kiện, do đó có thể tạo thuận lợi hay gây khó khăn cho doanh nghiệp. Để thành công, doanh nghiệp phải tạo lập, duy trì và phát triển mối quan hệ tốt đẹp với nhóm này, đặc biệt là chính quyền nơi diễn ra sự kiện. Quan hệ tốt với chính quyền nơi diễn ra sự kiện không chỉ thuận lợi trong việc giải quyết các thủ tục hành chính mà còn có thể được sự trợ giúp của chính quyền về các vấn đề an ninh, vệ sinh, giao thông... thậm chí với các sự kiện mang tính phi lợi nhuận và có tính xã hội cao (ví dụ tuần lễ vệ sinh môi trường ở khu du lịch Thiên Cầm) còn có thể được sự tài trợ về kinh phí từ chính quyền nơi diễn ra sự kiện (trong trường hợp này chính quyền còn có thêm vai trò là nhà tài trợ trong sự kiện).

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1

1. Hãy nêu khái niệm của sự kiện và quản trị sự kiện.
2. Vai trò của người tổ chức và quản lý một sự kiện là gì.
3. Quy trình tổ chức một sự kiện ? Hãy nêu tác dụng và vai trò của từng bước.
4. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tổ chức sự kiện?

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 1

- [1]. L. V. Nghiêm, *Tổ chức sự kiện*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2007.
- [2]. N. T. M. Thanh, *Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội*, NXB Lao động – Xã hội, 2015.
- [3]. Các trang web: www.vneconomy.vn; www.sukien24.com ;
www.tochucsukienvip.com

Chương 2

LẬP KẾ HOẠCH VÀ NGÂN SÁCH CHO SỰ KIỆN

NỘI DUNG CHÍNH

- Xây dựng chủ đề và ý tưởng tổ chức sự kiện
- Lập kịch bản sự kiện
- Lập kế hoạch phân công nhân sự và tiến độ thực hiện tổ chức sự kiện
- Lập bảng dự toán ngân sách tổ chức sự kiện
- Dự phòng và xử lý các sự cố trong tổ chức sự kiện

2.1. LẬP KẾ HOẠCH CHO SỰ KIỆN

Sau khi công bố quyết định tổ chức sự kiện, nhà tổ chức sự kiện tiếp tục phát triển quá trình tổ chức sự kiện. Quá trình lập kế hoạch bao gồm các mảng nhiệm vụ sau:

2.1.1. Nghiên cứu nhu cầu tổ chức sự kiện cho khách hàng

Vấn đề đầu tiên để xây dựng chương trình cho sự kiện là cần tiếp nhận các yêu cầu của nhà đầu tư sự kiện, các yêu cầu này sẽ được đề cập trong bản hợp đồng giữa nhà đầu tư sự kiện và nhà tổ chức sự kiện, tuy nhiên hợp đồng thường được thảo ra khi đã có chương trình và dự toán cho sự kiện. Vì vậy, việc tiếp nhận các thông tin của nhà đầu tư sự kiện là hết sức quan trọng. Nó là cơ sở cho việc xây dựng chương trình, kế hoạch, lập dự toán cho sự kiện.

Các thông tin cơ bản cần phải có từ nhà đầu tư sự kiện trước khi hình thành chủ đề cũng như lập chương trình cho sự kiện, lập dự toán cho sự kiện bao gồm:

- Mục tiêu của sự kiện
- Các ý tưởng mà nhà đầu tư sự kiện muốn truyền đạt
- Thời gian thực hiện sự kiện
- Địa điểm tổ chức sự kiện (venue)
- Cách thức phục vụ (catering)
- Hình thức giải trí (entertainment, artist, speaker)

- Cách trang trí (decoration), âm thanh ánh sáng (sound and light)
- Các kỹ xảo hiệu ứng đặc biệt (audiovisual, special effects)...
- Các nội dung cơ bản trong sự kiện (các hoạt động chính của sự kiện như: đón tiếp, phục vụ khách mời, khai mạc, diễn biến, kết thúc sự kiện)
- Các hoạt động hỗ trợ sự kiện (tham quan, triển lãm, bán hàng...)
- Cách thức lập dự toán, tính giá sự kiện
- Các thông tin khác.

Cần lưu ý, các thông tin nói trên càng chi tiết, đầy đủ càng thuận lợi cho việc hình thành chủ đề cũng như lập chương trình cho sự kiện, lập dự toán cho sự kiện.

Với các nhà tổ chức sự kiện chuyên nghiệp, người chủ trì việc lập kế hoạch và xây dựng chương trình thường là người trực tiếp tiếp nhận thông tin từ chủ đầu tư sự kiện. Vì trong quá trình tiếp nhận thông tin còn có thể kết hợp với việc trao đổi, bàn bạc, bổ sung các yếu tố cần thiết để có đủ cơ sở xây dựng một chương trình khả thi cho sự kiện. Ngoài ra khi tiếp nhận thông tin từ nhà đầu tư sự kiện cần có những mẫu cho trước để hạn chế những thiếu sót trong việc tiếp nhận thông tin.

2.1.2. Xác định mục đích của việc tổ chức sự kiện

Mục đích của sự kiện không những chi phối dự toán ngân sách mà còn chi phối hiệu quả ngân sách. Trước khi tổ chức bất kỳ tổ chức một sự kiện nào, nhà tổ chức cũng phải trả lời câu hỏi tổ chức sự kiện đó nhằm đạt được mục đích gì? Nói cách khác, nhà tổ chức sự kiện cần làm rõ mục đích của việc tổ chức sự kiện trước khi bắt tay vào tổ chức nó. Mục đích của sự kiện gắn liền với quy mô thiết kế và tổ chức hoạt động sự kiện. Những vấn đề nêu trên, đến lượt chúng, lại tác động vào chi phí và ngược lại, chi phí cũng chi phối các yếu tố đó.

Tùy theo các loại sự kiện khác nhau mà các nhà tổ chức sự kiện nhắm tới những mục đích khác nhau. Dưới đây là một số loại sự kiện điển hình, gắn với từng loại là những mục đích thường được các nhà tổ chức sự kiện hướng tới.

Hội Họp, hội thảo :

- ⊙ Tập hợp một số thành viên trao đổi thông tin, quan điểm



- ⊙ Cung cấp thông tin về sản phẩm mới
- ⊙ Trao đổi ý kiến
- ⊙ Tìm kiếm sự đồng thuận
- ⊙ Tìm các giải pháp cho vấn đề tồn đọng

Sự kiện đoàn thể

- ⊙ Tuyên dương (thành tích công trạng)
- ⊙ Cảm ơn (khách hàng, nhà cung cấp)
- ⊙ Gặp gỡ giao lưu
- ⊙ Giới thiệu sản phẩm
- ⊙ Ghi nhận thương hiệu
- ⊙ Kỷ niệm (các dấu mốc thời gian, không gian...)

Gây quỹ

- ⊙ Gây quỹ (nghiên cứu, từ thiện, v.v...)
- ⊙ Tạo ý thức trong công chúng
- ⊙ Thu hút nhà tài trợ mới
- ⊙ Thu hút người ủng hộ
- ⊙ Tăng tình nguyện viên

Khuyến khích

- ⊙ Ghi nhận doanh số bán thảo luận
- ⊙ Tập hợp đội ngũ kinh doanh bàn chiến lược phát triển trong tương lai
- ⊙ Gặp gỡ giữa ban lãnh đạo với đội ngũ kinh doanh ngoài môi trường làm việc
- ⊙ Tranh thủ sự ủng hộ nội bộ và đối tác Sự kiện đặc biệt
- ⊙ Gây chú ý trong giới truyền thông
- ⊙ Gây ý thức trong công chúng
- ⊙ Thu hút khách hàng mới

- ⊙ Giới thiệu sản phẩm
- ⊙ Trao phần thưởng, tặng phẩm (cho các thành viên tham gia tổ chức sự kiện)

Tóm lại trong bước chuẩn bị tổ chức sự kiện, nhà tổ chức cần giải quyết năm nội dung sau:

- ⊙ Có nên tổ chức sự kiện không?
- ⊙ Có đủ ngân sách cho tổ chức sự kiện không?
- ⊙ Sử dụng ngân sách bao nhiêu cho tổ chức sự kiện?

2.1.3. Hình thành chủ đề và ý tưởng tổ chức sự kiện

2.1.3.1. Chủ đề sự kiện là gì?

Chủ đề cho sự kiện được hiểu là nội dung ngắn gọn mang tính khái quát, biểu tượng chứa đựng các ý tưởng, mục đích, nội dung, hình thức... của sự kiện.

Ví dụ: Với chủ đề “ Dạ tiệc trắng” sẽ là một sự lựa chọn hoàn hảo cho khách hàng muốn tổ chức một sự kiện sang trọng tại một địa điểm mỹ lệ. Sự kiện sẽ được trang trí toàn bộ với tông màu trắng thanh khiết, với những chiếc đèn lồng bắt mắt treo trên những ngọn tre trắng tinh, công vào bắt mắt, muôn hoa trắng đẹp tinh khôi trên tất cả các bàn tiệc và các món ăn tinh tế được phục vụ bởi những nhân viên phục vụ trong tà áo dài duyên dáng.

Chủ đề của sự kiện không phải là một cụm từ cứng nhắc, công thức mà tùy theo mục đích, ý tưởng, tính sáng tạo đột phá của nhà đầu tư sự kiện, nhà tổ chức sự kiện nó có thể có những cách biểu đạt khác nhau.

Tuy nhiên, chủ đề của sự kiện là cơ sở để xây dựng các ý tưởng nhưng các ý tưởng cũng là cơ sở để điều chỉnh chủ đề thậm chí từ ý tưởng mới xây dựng nên chủ đề.

Song song với việc xây dựng chủ đề cho sự kiện, người ta có thể tiến hành nêu ra, phát triển các ý tưởng tổ chức sự kiện, xây dựng tên gọi của sự kiện.

2.1.3.2. Hình thành chủ đề cho sự kiện

Thông thường chủ đề của sự kiện thường được các nhà đầu tư xác định từ trước và yêu cầu các nhà tổ chức sự kiện thực hiện theo.

Trong hoạt động tổ chức sự kiện ở các nước phát triển, nhà đầu tư sự kiện thường đưa ra mục đích trong việc đầu tư sự kiện của mình, việc hình thành chủ đề cho sự kiện được giao cho nhà tổ chức sự kiện, để tận dụng sự hiểu biết, kinh nghiệm trong việc tiến hành sự kiện. Ví dụ: Một doanh nghiệp yêu cầu nhà tổ chức sự kiện tổ chức một sự kiện nhằm giới thiệu một loại sản phẩm mới của doanh nghiệp có tầm ảnh hưởng lớn. Theo mục đích này nhà tổ chức sự kiện có thể đưa ra nhiều chủ đề, hình thức tổ chức sự kiện khác nhau như: giới thiệu sản phẩm mới, tổ chức hội thảo hội nghị về sản phẩm, gặp mặt các nhà đại lý...

Đa số các trường hợp người ta thường kết hợp cả hai hướng trên, nhà đầu tư sự kiện với các chuyên gia marketing của mình sẽ cùng với nhà tổ chức sự kiện bàn bạc và thống nhất chủ đề cho sự kiện căn cứ vào nhiều yếu tố khác nhau có liên quan.

Có thể hiểu chủ đề của một sự kiện là đối tượng và vấn đề chính mà một sự kiện biểu đạt. Nó làm nên diện mạo của sự kiện, bao gồm tất cả những yếu tố liên quan đến nhận diện bằng thị giác về sự kiện(màu sắc, cách trang trí, cách lắp đặt trang thiết bị...) Chủ đề quyết định cái nhìn tổng quan, bao gồm phong cách màu sắc, âm thanh và không khí. Đó là những yếu tố chính cho một trải nghiệm sự kiện độc đáo.

Những yếu tố điển hình của thiết kế sự kiện gắn liền với chủ đề:

- Áp phích quảng cáo
- Cổng vào sự kiện
- Màu sắc, trang trí sân khấu
- Người dẫn chương trình
- Tập quảng cáo Marketing kits
- Quảng cáo online và offline
- Trang phục nhân viên
- Băng rôn/phướn
- Người biểu diễn
- Tiệc nghi phục vụ

2.1.3.3. Các ý tưởng cho sự kiện

Từ chủ đề, mục đích, hình thức... của sự kiện, nhà tổ chức sẽ xây dựng chương trình tổng thể cho sự kiện.

Ý tưởng là “linh hồn” sự kiện. Sáng tạo ý tưởng là nhiệm vụ quan trọng hàng đầu trong các bước tổ chức sự kiện nó như “kim chỉ nam” định hướng cho nhà tổ chức triển khai thực hiện sự kiện đáp ứng được nhu cầu của các bên liên quan. Phỏng vấn những người làm nghề tổ chức sự kiện: “Điều gì làm nên sự khác biệt cho sự kiện?”, câu trả lời nhận được là bạn cần phải có một ý tưởng độc đáo.

Khi làm sự kiện muốn truyền tải thông điệp về sản phẩm thông qua sự kiện thì phải xây dựng được ấn tượng đối với người tham gia sự kiện, và phương thức nhanh nhất để làm được điều đó là xây dựng concept tốt cho chương trình. Từ concept sự kiện, bạn có thể phát triển tiếp những nhánh ý tưởng nhỏ khác ý tưởng về trang trí, ý tưởng cho các hoạt động sẽ diễn ra, ý tưởng về quà tặng... Và những ý tưởng phụ đó phải làm nổi bật lên ý tưởng chính, concept chính của chương trình. Lên concept là phần quan trọng nhất trong quy trình tổ chức sự kiện bởi nó được xem là kim chỉ nam định hướng cho việc triển khai sự kiện. Một sự kiện mà không có Concept không khác gì một con thuyền không có bánh lái vì mọi thứ sẽ rất dàn trải, chòng chẹo, làm cho người tham dự không hiểu được ý đồ của nhà tổ chức sự kiện.

Đối với các sự kiện chịu sự chi phối của các quy định khá chặt chẽ trong tổ chức, như tổ chức các cuộc hội thảo chuyên đề, tổng kết cuối năm, khai trương, khai mạc... nếu gắn với các doanh nghiệp nhà nước thì chủ đề thường được xác định khá rõ ràng. Nội dung chương trình thường được xây dựng theo những quy trình có sẵn, do đó các ý tưởng cho loại sự kiện này không nhiều.

Đối với các sự kiện mang tính xã hội, chịu sự chi phối của phong tục tập quán, văn hóa địa phương, tín ngưỡng- tôn giáo... như đám cưới, đám ma, mừng thọ... nội dung cũng được xây dựng theo trình tự phổ biến trong cộng đồng, các ý tưởng thường xuất hiện ở dạng đơn lẻ cho các hoạt động cụ thể. Ví dụ: như ý tưởng về trang trí sân khấu, ý tưởng về đón cô dâu, về lịch trình...

Đối với các sự kiện mang tính thương mại, mặc dù nó vẫn chịu sự chi phối của những định chế nhất định nhưng lại đòi hỏi tính đột phá, tính sáng

tạo, tính mới mẻ, tính không lặp lại...đặc biệt phải mang lại sự thích thú cho người tham dự và mang lại hiệu quả thiết thực cho việc tổ chức sự kiện, do đó để xây dựng chương trình đảm bảo các yêu cầu này phải xuất phát từ các ý tưởng đầy sáng tạo.

2.1.3.4. Hình thành ý tưởng, chủ đề trong tổ chức sự kiện

Một sự kiện thành công là sự kiện có ý tưởng tốt tính độc đáo, mới lạ, ấn tượng và khả thi. Để có được điều đó nhà tổ chức sự kiện cần tích cực nghiên cứu và thực hiện một cách có hệ thống theo nhiều bước:

a) Hình thành ý tưởng sự kiện bằng sự nỗ lực động não cá nhân

Công cụ hữu ích để mỗi nhà tổ chức sự kiện sáng tạo ý tưởng sự kiện là mô hình 5Ws. Mô hình 5Ws đề xuất tập hợp gồm 5 câu hỏi quan trọng. được viết bằng tiếng anh (chữ cái đầu tiên W), cần phải trả lời để thiết kế ý tưởng sự kiện là:

- +Why: Tại sao sự kiện được tổ chức ?
- + Who: Những ai liên quan đến sự kiện này? ?
- + When: Sự kiện sẽ diễn ra khi nào?
- + Where: Sự kiện được tổ chức ở đâu?
- + What: Tất cả những gì cần phải làm cho sự kiện

Trước hết, cần phải đặt tên cho sự kiện. Tên sự kiện có vai trò quan trọng đối với sự kiện, đó là yếu tố để nhận biết và để nhớ về sự kiện.. Nhà tổ chức sự kiện cần cân nhắc các vấn đề sau khi đặt tên sự kiện:

1. Có thể phân biệt được với sự kiện khác không?
2. Có sức lôi cuốn không ?
3. Có dễ nhớ không?
4. Có thích hợp không?
5. Có thể sử dụng lại được không?

Tiếp đến, nhà tổ chức sự kiện cần xác định chủ đề sự kiện là gì? Sự kiện gồm những hoạt động nào (hoạt động chính, hoạt động phụ trợ)? Nguồn lực nào cần phải có để có được sự kiện ? Cần phải truyền thông như thế nào để thu hút được tài trợ, người tham gia và khách tham quan?... Điều này cần phải phù

hợp với nhu cầu, sự mong đợi của khán giả, phải tương thích với why, ,who, when và where của sự kiện .

b. Phát triển ý tưởng sự kiện thông qua trao đổi nhóm

Sau khi phạm vi sự kiện đã được mỗi cá nhân thiết lập, cần vận dụng trí tuệ tập thể (brainstorm) để ý tưởng của sự kiện được thăng hoa, trong sự tương phong phú của mỗi cá nhân , qua đó nhận được sự tư vấn nhiều nhất có thể của các bên liên quan. Phương pháp Brainstorm có thể tiến hành như sau:

- Một nhóm ít nhất 3 người
- Chuẩn bị một tấm bảng lớn
- Một số tập giấy note và cây viết (tốt nhất là mỗi thành viên có một tập note có màu khác nhau)

Người đưa ra những thông tin và yêu cầu cơ bản của sự kiện, của sản phẩm là người đứng đầu sự kiện. Sau đó mọi người đóng góp về Concept (ý tưởng chủ đạo) bằng cách viết nó ra một tờ giấy nhỏ rồi dán lên bảng ý tưởng. Mọi người tự do suy nghĩ các ý tưởng xoay quanh những thông tin đã đưa ra, ý tưởng đó có thể là một câu mô tả hay đơn giản là một cụm từ, ví dụ “thể thao”, “vua chúa”...

Sau khi mọi người đã suy nghĩ xong và dán tất cả ý tưởng về Concept của mình lên bảng, người chủ trì cùng các thành viên bầu chọn ra Concept tốt nhất hoặc dựa trên một ý tưởng nào đó trong số các ý tưởng đã đưa ra, tiếp tục phát triển nó thành những ý tưởng sâu sát hơn, phù hợp với tính cách sản phẩm và có tính khả thi cao.

Sau khi đã có Concept (ý tưởng chủ đạo) , mọi người sẽ tiếp tục suy nghĩ Theme (chủ đề) và các ý tưởng khác xoay quanh Concept cũng bằng phương pháp chọn lọc kể trên.

Những cách trên là những cách rất hay để biến ý tưởng của đội gộp thành một ý tưởng độc đáo.

c. Đánh giá và lựa chọn ý tưởng

Quá trình phát triển ý tưởng sự kiện như trên có thể đơn giản tạo ra được một ý tưởng hấp dẫn phù hợp với nhu cầu sự kiện. Tuy nhiên, thông thường quá trình đó tạo ra một loạt các ý tưởng, nên cần được đánh giá cẩn

thận để lựa chọn một ý tưởng tốt nhất. Trong một số trường hợp cần thiết phải kết hợp một số các ý tưởng đơn lẻ để tạo ra một ý tưởng tốt. Khác với giai đoạn hình thành ý tưởng, mục đích của giai đoạn tiếp theo này là chốt lọc và giữ lại ý tưởng tốt có triển vọng thành công. Thực hiện nhiệm vụ này cần tránh hai loại sai lầm: Bỏ sót (gạt bỏ ý tưởng hay) câu hỏi cơ bản để lọt lưới (chấp nhận ý tưởng tồi). Câu hỏi cơ bản cần xem xét là ý tưởng sự kiện đáp ứng được mức độ nào về mục đích và mục tiêu tổng thể của sự kiện? nếu ý tưởng không phục vụ cho mục đích sẽ không thể tạo ra được sự lôi cuốn và hấp dẫn, tất nhiên không được lựa chọn..

2.1.4. Xây dựng kịch bản sự kiện

2.1.4.1. Kịch bản sự kiện

Để sự kiện thành công phải có kịch bản tốt. Kịch bản tốt là kịch bản bao quát đầy đủ và chi tiết dòng chảy các hoạt động (hoạt động chính, hoạt động giải trí, hoạt động phụ...) theo thời gian của sự kết hợp giữa những người tham gia (người trình diễn, khán giả), hệ thống kỹ thuật (âm thanh, ánh sáng và hiệu ứng đặc biệt) với các yếu tố khác của sự kiện (buổi tiệc, tham quan, ghi hình...) tạo nên một chỉnh thể thống nhất, độc đáo sự kiện. Đây là lịch trình thực hiện các hoạt động đã được vạch ra trước, bao quát hết công việc chung của chương trình.

Kịch bản sự kiện (khung chương trình/agenda): Là việc sắp xếp các hoạt động, sự việc xảy ra trong sự kiện theo một trình tự nhất định giúp cho các bộ phận dễ dàng kiểm soát nội dung và triển khai chương trình.

. Ví dụ về một chương trình “Ngày hội gia đình” đình được tổ chức hằng năm bởi ban Giám đốc ngân hàng MB như một lời cảm ơn gửi tới những thành viên đã đóng góp xây dựng một MB thành công, vững mạnh, là cơ hội giao lưu, vui chơi, giải trí cho toàn thể nhân viên MB và gia đình.

Bảng 2.1. Ví dụ Kịch bản chi tiết chương trình “Ngày hội gia đình”

Thời gian	Số phút	Chương trình	Nội dung	Nhân sự	Ghi chú
18:30 – 19:00	30	Đón khách	Các nhân viên trong trang	10 nhân viên lễ tân	

			phục áo bà ba đón gia đình và các bé vào ngày hội		
19:00 - 19:05	5	Múa trống com		Đội múa thiếu nhi Si Đô	
19:05 - 19:10	5	Lãnh đạo MB phát biểu			
19:10 - 19:18	8	Ca nhạc thiếu nhi	2 bài hát sôi động	Nhóm thiếu nhi Si Đô	
19:18 - 19:23	5	Trao giải	Giải cuộc thi vẽ và tía rau củ	- 2 bé đoạt giải nhất - Đại diện MB trao giải	
19:23 - 19:43	20	Thi thời trang các bé	Thời trang giấy	Các bé của cán bộ MB	15 - 20 bé
19:43 - 19:51	8	- Trao giải - Ca nhạc	- Cuộc thi "tiếng hát họa mì" - Bé đoạt giải sẽ hát 1 bài	- Bé đoạt giải nhất - Đại diện MB trao giải	
19:51 - 20:00	9	Trò chơi khán giả	MC sẽ mời các gia đình tham gia trò chơi trên sân khấu		
20:00 - 20:05	5	Công bố phát thưởng kết quả thi thời trang			

20:10 – 20:25	20	Xiếc hề/Nhóm hài			
20:25 - 20:30	5	Rút thăm may mắn và trao giải			
Tổng cộng	90				

Nguồn: Say Cheese Event

Xây dựng kịch bản là khoa học và nghệ thuật. Kịch bản nội dung chương trình có thể hiểu nôm na như trình tự của một cuộc diễu hành đường phố- các mốc thời gian/ lịch trình đã được xác định, nên khi nó bắt đầu diễn ra, thì rất ít nhà quản trị sự kiện nào có thể làm được điều gì để thay đổi nó.

Mỗi chương trình sự kiện cần có yếu tố bất ngờ. Thiết kế tốt nhịp điệu cho kịch bản nội dung chương trình, sẽ tạo cảm xúc cho khách hàng. Các hoạt động/ dịch vụ cốt lõi sự kiện cần phải được kết hợp và lồng ghép thật hợp lý với phục vụ ăn uống, vui chơi giải trí và những bài phát biểu. Đồng thời, cần phải quan tâm đến cường độ và thời gian nghỉ ngơi cho khách hàng. Nghĩa là, cần phải tính toán thời gian cho mỗi hoạt động nhỏ (tiết mục) trong toàn bộ chương trình. Chẳng hạn, chương trình lễ hội đếm ngược vào đêm giao thừa, phải chú ý đến cảm nhận khán giả, phải biết lồng ghép tiết mục biểu diễn với âm thanh, ánh sáng và các hiệu ứng đặc biệt với nhau để từng bước kích thích tâm lý khán giả đi đến thời khắc nửa đêm- cao trào của chương trình- tạo sự vỡ òa cảm xúc cho khán giả.

Những vấn đề dưới đây giúp xác định nội dung và sắp xếp thời gian cho các hoạt động vui chơi giải trí hoặc các hoạt động đặc biệt của sự kiện:

- Một sự kiện phải có những yêu cầu rõ ràng về thời gian bắt đầu, các hoạt động ở giữa chương trình và kết thúc.
- Cần phải có khoảng thời gian nghỉ giải lao giữa các phần của chương trình bao lâu?
- Mọi người có đủ thời gian để đi từ phần này đến một phần khác của chương trình hay không?
- Cung cấp đầy đủ chương trình để duy trì sự quan tâm của khán giả.

- Nếu cùng một hoạt động nhưng được diễn ra nhiều lần, thì phải đảm bảo có đủ thời gian để nghỉ ngơi giữa các phiên hoặc để di chuyển giữa các buổi biểu diễn hay cuộc thi.

- Có trường hợp cần một lễ diễu hành, hoặc buổi lễ mở màn để thu hút mọi người vào địa điểm tổ chức hoặc để đánh dấu sự bắt đầu của sự kiện?

- Các hoạt động giải trí có tính cạnh tranh (tức là các hoạt động khác nhau) có nên bố trí diễn ra đồng thời không? hoặc cần xem xét điều đó sẽ gây ra bất lợi cho mục đích chính của sự kiện như thế nào?

- Khoảng thời gian nghỉ giải lao cần thiết là bao nhiêu? và nếu có nghỉ giải lao giữa các phiên thì xem xét nên đưa các chương trình giải trí vào trong khoảng thời gian đó như thế nào?

- Có bắt buộc duy trì khán giả, người tham gia tại thời điểm cụ thể hay không (suy nghĩ về mô hình tham dự, dự kiến thời gian tĩnh, khoảng thời gian và chương trình cho phù hợp)?

- Có những đối tượng/ nhóm đối tượng khách hàng cụ thể, được yêu cầu xem xét đặc biệt (ví dụ, trẻ em) hay không?

- Có đủ thời gian cần thiết để di chuyển khán giả, người tham gia hoặc trang thiết bị hay không?

- Đã bố trí phòng nghỉ giải lao để mọi người có thể thư giãn, ăn uống giữa các phiên của chương trình ở tại nơi mà họ đang tham gia hay không.

Kịch bản sự kiện chính là yếu tố tối quan trọng quyết định gần như toàn bộ sự kiện. Kịch bản càng chi tiết thì mức độ thành công của sự kiện càng cao. Khi lên kịch bản sự kiện cần theo các bước sau:

- Flow chương trình.

- Nội dung thể hiện chương trình: trong đó nêu nhiệm vụ cụ thể từng thành viên trong nhóm; thời gian chính xác của từng mục từ khi đón khách đến khi kết thúc sự kiện.- Chương trình phải được bắt đầu bằng việc thiết lập không khí. Theo đó, âm nhạc nên bắt đầu ít nhất 15 phút trước giờ khai mạc sự kiện để kích hoạt tâm lý hào hứng của khán giả.

– Phần kết sự kiện là phần rất quan trọng, nhưng lại ít được chú ý. Một sự kiện thành công từ đầu đến cuối, nhưng đến khi kết thúc lại bị loãng do chúng ta không viết kỹ phần kết trong kịch bản sự kiện.

– Kịch bản MC cũng phải viết thật súc tích, không nên dài dòng, làm sao để khi MC lên dẫn, mọi người sẽ bị cuốn hút vào câu chuyện.

2.1.4.2. Các loại kịch bản sự kiện

- Kịch bản tổng thể (program flow)
- Kịch bản chi tiết
- Kịch bản kỹ thuật
- Kịch bản MC
- Kịch bản truyền hình (dành cho các chương trình truyền hình trực tiếp)

Kịch bản tổng thể

Còn gọi là kịch bản đường dây (program flow) : Là kịch bản để trình bày cho khách hàng trong quá trình làm kế hoạch. Bao gồm lịch trình những nội dung chính với khoảng thời gian ước đoán tương đối cho từng bộ phận và tổng thể. Giúp người quản lý/ đạo diễn sân khấu nắm bắt được nội dung gồm những tiết mục nào.

Kịch bản chi tiết (Còn gọi là master plan): Kịch bản này bao gồm lời dẫn theo diễn biến của từng hoạt động trong kịch bản đường dây. Người viết cần phải có kiến thức tốt về nội dung chương trình. Các phần nội dung đều có thời lượng chi tiết.

Kịch bản kỹ thuật: Dành cho đội kỹ thuật thực hiện chương trình cho các yêu cầu về: âm thanh, ánh sáng, sân khấu ,cần có sự phối hợp giữa đạo diễn sân khấu và bộ phận âm thanh, ánh sáng. Kịch bản phải tạo hiệu ứng đem lại cảm xúc tối đa, truyền cảm hứng thông điệp.

Nội dung bao gồm: Tên hoạt động, thời lượng , âm thanh gì , màn hình chiếu gì, đạo cụ cần chuẩn bị , người phụ trách.

Kịch bản MC (Kịch bản dẫn) trong tổ chức sự kiện

Kịch bản Mc là” mệnh lệnh cuối cùng của tất cả các hoạt động và tất cả các yếu tố (con người, thiết bị, đạo cụ, ánh sáng....) liên kết với nhau trên sân

khẩu để tạo ra một sản phẩm sự kiện. Tất cả mọi người có liên quan đều phải thực hiện đúng theo kịch bản đã soạn thảo (MC, phụ trách kỹ thuật sân khấu, diễn viên). Vì thế, người viết kịch bản phải có khả năng tổ chức và hình dung. Kịch bản Mc phải bao quát toàn bộ chương trình và chi tiết hóa.

Xây dựng kịch bản MC dựa vào kịch bản nội dung chương trình. Viết kịch bản Mc là phương pháp phổ biến để kích thích sự sáng tạo trong quản trị sự kiện và để đảm bảo sự thành công cao cho sự kiện nhờ tạo được sự chủ động cho các bên liên quan. Trong kịch bản Mc, ý tưởng và các vấn đề thường được trình bày trên một bảng. Nhờ thế, trình tự tối ưu điểm các nhiệm vụ được đặt ra. Mức độ chi tiết của” kịch bản MC”, phụ thuộc vào mỗi loại sự kiện, ví dụ:

- Các sự kiện là hội thảo, hội nghị khách hàng, giới thiệu sản phẩm, tổng kết cuối năm, từ kịch bản tổng quát bổ sung lời dẫn của Mc.

- Các sự kiện tổ chức trong phòng có yêu cầu phức tạp về âm thanh, ánh sáng và hiệu ứng đặc biệt, ví dụ sự kiện ca nhạc/ giải trí, kịch bản bổ sung thêm cột” Màn hình chính/ Backdrop” và” âm thanh, ánh sáng, hiệu ứng” và” bộ phận phía sau sân khấu/ Backstage” (ghi rõ các chuẩn bị và hỗ trợ về thiết bị cho người diễn / diễn giả); sự kiện tổ chức ban ngày ở ngoài trời, chẳng hạn, lễ động thổ, lễ khai trương, lễ khánh thành thì không có mục” ánh sáng”

- Các sự kiện truyền hình trực tiếp, do truyền hình trực tiếp yêu cầu độ chính xác phải được tính bằng giây, nên ngoài việc phải rất chi tiết trong nội dung thì các hạng mục cũng phải được chi tiết trong phần việc của mỗi người.

- Trong một số trường hợp, kịch bản chi tiết được gọi là kịch bản MC. Bởi vì, kịch bản này được viết cơ bản giống như kịch bản nội dung chương trình, nhưng có bổ sung thêm phần thiết kế các lời dẫn cho MC, mô tả yêu cầu âm thanh, ánh sáng và hiệu ứng đặc biệt và phân phân công trách nhiệm cụ thể cho nhóm tổ chức sự kiện. Tuy nhiên, cũng có trường hợp, kịch bản MC chỉ viết riêng cho MC.

- Tóm lại, tùy đặc điểm mỗi sự kiện mà kịch bản được thiết kế cho phù hợp. Tuy nhiên, trong kịch bản phải thể hiện được càng chi tiết càng tốt và thời gian phải liên tục, không được ngắt quãng. Đồng thời, kịch bản cần cân đối sao cho thời lượng chương trình phù hợp, tránh để thừa hoặc thiếu thời gian. Viết

kịch bản càng khoa học và càng cụ thể thì khi thực hiện chương trình càng bớt phải diễn giải và càng giảm thiết sót bấy nhiêu.

2.1.5. Lập chương trình và kế hoạch tổng thể tổ chức sự kiện

2.1.5.1. Chương trình của sự kiện là gì?

Viết chương trình (proposal): là cách tạo sản phẩm sự kiện trên giấy tờ, chương trình của sự kiện giống như một kịch bản cho một tác phẩm điện ảnh, hay một chương trình du lịch trọn gói. Từ chương trình tổng thể của sự kiện sẽ là cơ sở để lập kế hoạch chuẩn bị, tổ chức cũng như các dịch vụ cần thiết cho chương trình sẽ được xác định cụ thể và có thể từ đây xác định được sơ bộ giá thành của chương trình. Chương trình này sẽ được gửi đến nhà đầu tư sự kiện với bảng báo giá và chờ sự phản hồi từ phía nhà đầu tư sự kiện. Thông thường, đối với nhà tổ chức sự kiện, đây là giai đoạn quan trọng nhất, tạo được sự khác biệt giữa các công ty tổ chức sự kiện với nhau và quyết định việc ký kết hợp đồng đối với nhà đầu tư sự kiện. Nhưng một ý tưởng hay cũng chưa đảm bảo thành công của sự kiện bởi còn phụ thuộc nhiều vào khâu lập kế hoạch và tổ chức tiến hành sự kiện .

Trong một số trường hợp, nhà tổ chức sự kiện có thể đưa ra cùng một lúc nhiều chương trình, kế hoạch khác nhau để nhà đầu tư sự kiện lựa chọn. Mặt khác, khi nhà đầu tư sự kiện thông báo đấu thầu một sự kiện nào đó, có thể họ sẽ nhận được nhiều chương trình từ các nhà tổ chức sự kiện khác nhau.

2.1.5.2. Xây dựng chương trình cho sự kiện

Quy trình xây dựng chương trình cho sự kiện có thể tiến hành theo những cách khác nhau tùy thuộc vào chủ đề, mục tiêu, nguồn lực của chủ đầu tư sự kiện, ý tưởng cũng như khả năng của nhà tổ chức sự kiện. Ngoài ra quy trình xây dựng chương trình cho sự kiện còn phụ thuộc vào hình thức lập dự toán cũng như việc ký kết hợp đồng công việc giữa chủ đầu tư sự kiện và nhà tổ chức sự kiện (xem mục lập dự toán cho sự kiện)

Thông thường chương trình được xây dựng theo các quy trình sau:

Bước 1: Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng

Bước 2: Xác định chủ đề, xây dựng các ý tưởng cho sự kiện

Bước 3: Xây dựng chương trình và lập dự toán ngân sách (kế hoạch) cho sự kiện

Bước 4: Thảo luận, thống nhất và điều chỉnh chương trình với nhà đầu tư sự kiện

Bước 5: Hoàn thiện chương trình

Bước 6: Thống nhất chương trình chính thức và xây dựng chương trình, kế hoạch dự phòng (nếu cần thiết)

Bước 7: Lập kế hoạch chi tiết về chuẩn bị và tổ chức sự kiện

Bước 8: Điều chỉnh chương trình trong quá trình chuẩn bị, hoàn thiện chương trình lần cuối trước giờ khai mạc sự kiện.

Trong thực tế quy trình với đầy đủ các bước như trên thường áp dụng trong trường hợp nhà đầu tư sự kiện không đưa ra hoặc đưa ra một giới hạn tương đối hợp lý, rộng rãi cho tổng kinh phí tổ chức sự kiện. Trường hợp này, nhà tổ chức sự kiện thường lập chương trình dựa trên các ý tưởng của sự kiện từ đó mới xác định và điều chỉnh dự toán cho phù hợp. Quy trình trên cũng thích hợp trong trường hợp nhà tổ chức sự kiện định giá cho các công việc liên quan đến hoạt động của mình (như lập chương trình, lên kế hoạch, chuẩn bị, giám sát...) còn đối với tất cả các dịch vụ khác có trong sự kiện sẽ do nhà đầu tư sự kiện trực tiếp chi trả.

Tuy nhiên, trong một số trường hợp khi nhà đầu tư sự kiện đưa ra một giới hạn khá chặt chẽ thậm chí eo hẹp về tổng kinh phí tổ chức sự kiện, nhà tổ chức sự kiện bắt buộc phải xây dựng chương trình trong phạm vi kinh phí đã giới hạn đó. Trường hợp này thường khiến nhà tổ chức sự kiện bị bó hẹp các ý tưởng sáng tạo, các hoạt động trong sự kiện thường bị cắt bỏ hoặc giảm bớt về mặt số lượng, chất lượng. Chính vì vậy sự kiện khó đạt được các mục tiêu đã đề ra, người ta thường yêu cầu điều này trong trường hợp tổ chức sự kiện chỉ để mang tính hình thức, chiếu lệ hoặc đáp ứng một định chế nào đó mà nhà đầu tư sự kiện phải miễn cưỡng tuân theo.

Với các nhà tổ chức sự kiện có đẳng cấp và giàu tính sáng tạo, họ sẽ chối từ tổ chức các sự kiện thuộc loại này vì nó sẽ ảnh hưởng đến uy tín và danh tiếng của họ. Tuy nhiên, ở Việt Nam với quan điểm khá thoáng “tiền nào của nấy” loại sự kiện này vẫn được các nhà tổ chức sự kiện chấp nhận tổ chức vì họ



vẫn có thể thu được những lợi ích kinh tế nhất định. Điều cần xem xét là so sánh giữa lợi ích kinh tế đạt được và những mất mát về uy tín, thương hiệu của mình trong quá trình cạnh tranh tổ chức sự kiện.

2.1.5.3. Lập kế hoạch tổng thể cho sự kiện

Lập kế hoạch sự kiện là việc xác định toàn bộ nội dung những hoạt động sự kiện theo dòng chảy thời gian, và dòng chảy công việc với người chịu trách nhiệm, địa điểm cụ thể nhằm đáp ứng hiệu quả nhất các yêu cầu của khách hàng với chi phí hợp lý nhất.

- Độ dày của bản kế hoạch sự kiện thay đổi tùy từng sự kiện. Có kế hoạch chỉ trong một trang, có kế hoạch dày hàng trăm trang, phụ thuộc vào:

- Mức độ phức tạp của sự kiện.
- Quy mô của sự kiện
- Mức độ tương tự so với các sự kiện khách đã tổ chức.
- Những yêu cầu của pháp luật và của các đối tác tham gia sự kiện.
- Thời gian cũng như nguồn lực phân bổ cho giai đoạn lập kế hoạch.

Chú ý: Bản kế hoạch sự kiện phải được hiểu theo nghĩa động, nó sẽ được xem xét và điều chỉnh thường xuyên cho phù hợp với bối cảnh riêng của mỗi sự kiện.

Các sự kiện tương tự có thể tận dụng được các kế hoạch lập trước.

a) Phương pháp lập kế hoạch

+ Xác định các công việc cũng như nhiệm vụ cấu thành sự kiện.
+ Chia nhỏ các công việc lớn trên thành nhóm các nhiệm vụ hoặc công việc nhỏ hơn để dễ quản lý và theo dõi.

- Ba kinh nghiệm chia nhỏ các công việc.

1. Những nhóm công việc này thường nhắm đến mục tiêu duy nhất. Ví dụ những nhóm công việc chỉ phục vụ vận chuyển.

2. Có điểm bắt đầu và kết thúc.

3. Được phân bổ nguồn lực rõ ràng: Ai làm? Do phòng nào làm?

+ Liên kết các hạng mục công việc thành một chuỗi logic (quy trình)

+ Dự báo rủi ro tiềm tàng.

+ Phân tích và xác định các nhiệm vụ và công việc, từ đó xác định thời gian cho từng hạng mục công việc đặc biệt quan trọng.

Ví dụ về xác định những hạng mục công việc chính cho sự kiện và thời gian hoàn thành của Hội thảo khoa học “Xây dựng chương trình đào tạo chuyên ngành Du lịch và khách sạn theo nhu cầu của xã hội tại Đại học KTQD” (Dự án giáo dục ĐH Việt Nam-Hà Lan).

Bảng 2.2. Ví dụ về bảng kế hoạch sự kiện

STT	Hạng mục hoạt động	Bắt đầu	Kết thúc	Người thực hiện
1	Ý tưởng về TC Hội thảo	18/6	18/6	BTC
2	Xin ý kiến của BGH	19/6	19/6	BTC
3	Lựa chọn và đặt địa điểm	20/6	22/6	Marketing-PR
4	Danh sách khách & gửi giấy mời	25/6	27/6	Văn Phòng
5	Lựa chọn người chủ tọa			
6	Bài phát biểu của diễn giả	25/6	25/6	Văn phòng
7			
8				

Bảng 2.3. Bảng kế hoạch thực hiện sự kiện

KẾ HOẠCH THỰC HIỆN EVENT...

Tên SK:

Mục đích của SK:

Thính giả mục tiêu:

Thời gian tổ chức:

Trưởng ban tổ chức SK:

Địa điểm tổ chức	Ngày đặt chỗ	Người đặt



Phương tiện	Người chuẩn bị	Thời hạn	Ngày hoàn thành
Posters			
Phông và chữ			
Bản tin			
Banner			
Thư mời			
Tài liệu phục vụ			

Khách mời sự kiện	Người liên hệ	Phone Number	Ngày liên hệ	Người có trách nhiệm	Ngày kiểm tra
Diễn giả					
MC					
Nhóm nhạc/ban nhạc					
Ca sĩ					
Other					

Trang bị	Ngày kiểm tra	Người có trách nhiệm
TV/VCR		
Bảng biểu		
Projector		
Ghế		



Bàn		
Microphone		
Hệ thống âm thanh		

Chi phí	Notes	Giá trị
Trang trí		
Vệ sinh		
Quà tặng		
Vận chuyển		
Báo chí		
Diễn giả		
Khách		

Vệ sinh:

Người có trách nhiệm:

Ngày hoàn thành:

Trang trí:

Người có trách nhiệm:

Ngày hoàn thành:

Quà tặng/đồng phục:

Nhà cung cấp:

Thời gian mua:

Hình ảnh:

Đơn vị chuẩn bị:

Ngày:

Người có trách nhiệm:

Ghi chú:

.....

b). Lập bảng tiến độ chuẩn bị tổ chức sự kiện

Bảng tiến độ là một bảng liệt kê chi tiết các hạng mục công việc có liên quan, trong đó xác định rõ: thời điểm bắt đầu và kết thúc công việc, khối lượng công việc trong từng đơn vị thời gian, người chủ trì, người kiểm soát quá trình thực hiện.

Bảng tiến độ thường được cấu tạo theo dạng bảng gồm có cột liệt kê các công việc và khoảng thời gian tương ứng để thực hiện. Đơn vị thời gian trong bảng tiến độ có thể là tuần, ngày, giờ...

Quy trình lập tiến độ cho công tác chuẩn bị tổ chức sự kiện

Các công việc chủ yếu cần chuẩn bị cho quá trình tổ chức sự kiện bao gồm:

- Các thủ tục hành chính cho phép tiến hành sự kiện, hoặc các hoạt động trong sự kiện.
- Các công việc có liên quan đến khách mời tham gia sự kiện
- Chuẩn bị các nội dung cơ bản, tài liệu
- Lao động
- Trang thiết bị
- Quan hệ với các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện

Do các công việc này tương đối đa dạng lại thuộc nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau nên nhà tổ chức sự kiện cần phải có một bảng tiến độ chi tiết cho từng hạng mục công việc. Việc lập tiến độ do cán bộ quản lý sự kiện chỉ đạo, hoặc trực tiếp thực hiện. Quy trình lập tiến độ bao gồm các bước cơ bản:


1. Phân tích bảng danh mục mô tả các hạng mục công việc trong sự kiện
2. Xác định khoảng thời gian cần thiết để chuẩn bị cho từng công việc
3. Hệ thống hóa về công việc và thời gian trong các công tác chuẩn bị
4. Tổng hợp thành bảng tiến độ cho công tác chuẩn bị sự kiện

Để lập tiến độ đòi hỏi người thực hiện phải có hiểu biết thực tế, hệ thống về các công tác chuẩn bị sự kiện, ngoài ra cần phải sử dụng các trang thiết bị hỗ trợ cần thiết như:

- Bảng danh mục các hoạt động tổ chức sự kiện

- Bản chương trình, kế hoạch tổ chức sự kiện
- Bảng viết (để tiến hành thảo luận nhóm)
- Mẫu tiến độ chuẩn bị tổ chức sự kiện

Bảng 2.4. Bảng tiến độ chuẩn bị tổ chức sự kiện



Đại số thương hiệu!

www.giaphamjsc.vn

Mẫu 4 : Tiến độ thực hiện (Time-frame)		Tên công ty tổ chức :												
CHƯƠNG TRÌNH:		THỜI GIAN: ĐỊA ĐIỂM:												
St t	Khoản mục	Chi tiết	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Proposal												
2	Kế hoạch thực hiện												
5	Giấy phép												
6	Đin đóm, đặt tiệc												
8	Thiết kế												
12	Sản xuất												
14	Thư mời												
15	Làm việc nhà cung cấp												
18	Dân dựng												
19	Kiểm tra/Chạy thử chương trình												
20	Chương trình chính thức												
21	Kết thúc												

Nguồn: Phạm Xuân Hải, giáo trình đào tạo tổ chức sự kiện chuyên nghiệp

2.1.6. Dự phòng và xử lý các sự cố trong tổ chức sự kiện

2.1.6.1. Sự cố trong tổ chức sự kiện là gì?

Sự cố trong tổ chức sự kiện được hiểu là các sự việc phát sinh diễn ra ngoài kế hoạch và sự chuẩn bị chính của nhà tổ chức sự kiện.

Sự cố trong tổ chức sự kiện rất đa dạng, thậm chí trong cùng một loại hình sự kiện với quy mô tương tự nhau, nhưng khi tiến hành triển khai thực tế có thể xuất hiện các sự cố hoàn toàn khác nhau. Theo tính chất và vấn đề ảnh hưởng của sự cố có thể chia sự cố thành các nhóm cơ bản sau:

- Các sự cố có liên quan đến chủ đề chính của sự kiện

- Các sự cố có liên quan đến các vấn đề về an ninh, an toàn, vệ sinh trong tổ chức sự kiện.

2.1.6.2. Dự tính và xử lý các sự cố có liên quan đến chủ đề chính của sự kiện

Trong quá trình dự tính và xử lý các sự cố liên quan đến chủ đề chính của sự kiện có thể lưu ý các nội dung cơ bản sau:

- **Luôn tìm hiểu một cách kỹ lưỡng các yếu tố sẽ ảnh hưởng đến sự kiện:** Đối với mỗi sự kiện cụ thể các yếu tố ảnh hưởng thường rất đa dạng; như các yếu tố về luật pháp, chính trị, thời tiết khí hậu... (có thể thay đổi thường xuyên) nên nhà tổ chức sự kiện cho dù đã từng tổ chức loại hình sự kiện này, nhưng khi tổ chức cho một sự kiện cụ thể vẫn cần tìm hiểu, xem xét tới các yếu tố ảnh hưởng.

- **Quan tâm đến tính khả thi trong việc lập kế hoạch và chuẩn bị sự kiện:** Tính khả thi không thể dựa vào đánh giá chủ quan của người lập kế hoạch hay chuẩn bị sự kiện mà phải dựa trên những khảo sát thực tế. Thậm chí nó còn phải có những ràng buộc nhất định đối với những đối tác có liên quan (như các hợp đồng cung ứng dịch vụ; các bản yêu cầu chi tiết...) mới thực sự đảm bảo được.

- **Có quy trình chi tiết cho từng nội dung công việc trong tổ chức sự kiện:** Tương tự như các quy trình nghề nghiệp khác tổ chức sự kiện cũng cần phải có các quy trình rất cụ thể. (ví dụ: trong hướng dẫn du lịch người ta đã xây dựng quy trình từ việc chuẩn bị; đón tiếp; thuyết minh; hướng dẫn tham quan tại điểm; hướng dẫn tham quan trên ô tô...). Việc xây dựng quy trình đòi hỏi kinh nghiệm và hiểu biết tương đối sâu rộng về nghề nghiệp (nhiều nhà tổ chức sự kiện nếu chỉ dựa vào kinh nghiệm của mình khi xây dựng quy trình sẽ không đầy đủ); Khi xây dựng quy trình cần chú ý (đây cũng là kinh nghiệm của chúng tôi khi xây dựng một số quy trình trong tài liệu này):

+ Nên thu thập tìm hiểu nội dung có liên quan từ tài liệu, các quy đã có từ trước, đây là cơ sở quan trọng kết hợp với điều kiện cụ thể của doanh nghiệp tổ chức sự kiện để tiến hành xây dựng một quy trình phù hợp cho mình;

+ Trong quá trình tổ chức sự kiện thực tế, luôn quan tâm hoàn thiện các quy trình; lưu lại các quy trình đã thực hiện làm cơ sở khi có công việc tương tự ở các sự kiện khác;

+ Với các công việc chưa có quy trình trước (và không có nhiều tài liệu tham khảo), cần liên hệ với các chuyên gia có kinh nghiệm; tìm thông tin ở trên mạng (qua các trang tiếng nước ngoài), nên tổ chức họp nhóm để thống nhất, góp ý về quy trình.

- **Với các nội dung quan trọng luôn có các kế hoạch dự phòng song song:** Các nội dung quan trọng trong sự kiện như đón khách VIP chẳng hạn, nhà tổ chức sự kiện luôn tính đến việc có thể do một biến cố đặc biệt nào đó, khách có thể không tham gia hoặc đến muộn... trong trường hợp đó đã có những kế hoạch khác dự phòng (ví dụ cho một hoạt động khác xen vào, hay đôn một nội dung khác lên trước...).

- **Với các nội dung liên quan đến các nhà cung cấp dịch vụ trung gian cần phải có thỏa thuận và kiểm tra thống nhất từ trước về thời gian, lịch trình:** Nhà tổ chức sự kiện thường bị động trong việc kiểm soát một số công việc này, ví dụ như các vấn đề về diễn giả, người dẫn chương trình, diễn viên nổi tiếng tham dự chương trình... Để hạn chế các sự cố thuộc nhóm này, ngoài việc ký kết hợp đồng với nội dung chi tiết (hoặc có phụ lục chi tiết kèm theo), nhà tổ chức sự kiện còn phải thường xuyên đôn đốc, kiểm tra và duy trì các mối quan hệ hiệu quả với nhóm này.

- **Khi thực hiện công việc luôn có bảng danh mục công việc** (trong đó có nội dung, tiến độ, quy trình cho công việc); ngoài ra nên thực hiện các công việc kèm theo danh sách kiểm tra (check list). Việc xây dựng check list cho các công việc sẽ hạn chế được những thiếu sót trong khâu chuẩn bị, tiến hành các công việc trong tổ chức sự kiện

- **Xây dựng quy trình giải quyết các sự cố:** Mỗi sự cố đều có những cách thức tiến hành riêng, tuy nhiên nó vẫn có thể được thực hiện theo những quy trình chung và quy trình cụ thể. Các nhà tổ chức sự kiện cần phải xây dựng các quy trình và hướng dẫn những người thực hiện nắm vững các quy trình này để có những hướng dẫn và tính chủ động trong việc giải quyết các sự cố.

Nhìn chung sự cố trong tổ chức sự kiện vô cùng đa dạng, một chuyên gia trong nghề cho rằng: “ Đối với mỗi người, kinh nghiệm học được là do tự mình rút tía từ những vấp vấp của bản thân trong cuộc sống, nhưng đôi khi ta cũng học được qua câu chuyện của người khác. Biết để không phải đi vào vết xe đổ”.

Sau khi xác định được những nguy cơ rủi ro cũng như những nhóm người có thể bị ảnh hưởng, nhà tổ chức sự kiện cần phải đưa ra các giải pháp để tránh được các rủi ro hoặc giảm thiểu thiệt hại.

- Loại bỏ những rủi ro (removal of the hazard)
- Giám sát mọi sự tiếp cận với khu vực có thể xảy ra nguy hiểm
- Thực hiện quy trình → giảm rủi ro
- Sử dụng thiết bị, dụng cụ bảo hộ
- Tìm kiếm sự thay thế cho các hoạt động/thiết bị có thể dẫn đến rủi ro

Hoạt động tổ chức sự kiện ẩn chứa nhiều rủi ro nếu không được tổ chức quản lý tốt. Quản trị rủi ro phải được chú ý ngay từ đầu nhằm tránh kéo theo những rắc rối phức tạp sau này.

2.2. LẬP NGÂN SÁCH

2.2.1. Tầm quan trọng của ngân sách

Dự toán ngân sách tổ chức sự kiện (event budget planer) đó là việc liệt kê và tính toán các khoản chi phí theo kế hoạch, dự tính sẽ phát sinh trong quá trình tổ chức sự kiện.

Ngân sách là vấn đề quan trọng hàng đầu của tổ chức sự kiện. Ngân sách quyết định việc tổ chức sự kiện có thể được thực hiện hay không cũng như mục tiêu sự kiện, quy mô tổ chức sự kiện.

- Nhà tổ chức sự kiện cần khẳng định được là có ngân sách hay không có.
- Nhà tổ chức sự kiện cần thu xếp đủ ngân sách dù tổ chức sự kiện nhỏ hay lớn. Không thể sử dụng ngân sách thiếu hụt để tổ chức sự kiện.
- Nhà tổ chức sự kiện cũng cần xác định rõ quy mô, vị trí, địa điểm tổ chức sự kiện chi phối ngân sách.
- Nhà tổ chức sự kiện cần xác định trước ngân sách cho tổ chức sự kiện và lập kế hoạch trong phạm vi ngân sách cho phép.

2.2.2. Dự toán sơ bộ ngân sách

Trước hết nhà tổ chức sự kiện phải dự kiến được danh mục hàng hoá và dịch vụ cần thiết cho tổ chức sự kiện về số lượng, chất lượng và chi phí.

Trên thực tế các sự kiện có thể khác nhau về tính chất, quy mô... do đó mà danh mục hàng hoá, dịch vụ cho từng sự kiện cụ thể là khác nhau. Nói cách khác, nhà tổ chức sự kiện cần căn cứ vào nhu cầu thực tế của từng sự kiện cụ thể để lựa chọn những danh mục hàng hoá dịch vụ thích hợp cần thiết cho tổ chức sự kiện có trong dự toán.

Dự toán ngân sách thực hiện sự kiện: Rất quan trọng cho phép công ty tổ chức sự kiện đảm bảo được tất cả các chi phí đầu vào của sự kiện cũng như mức lợi nhuận nhất định.

Khi lập ngân sách cho sự kiện, cần phải:

- Hình dung hết danh mục các hàng hóa & dịch vụ cần thiết để tổ chức sự kiện
- Danh mục này cần chi tiết về số lượng, chất lượng và chi phí
- Tùy theo từng sự kiện, căn cứ vào nhu cầu thực tế của mỗi sự kiện cụ thể, nhà tổ chức sự kiện có thể lựa chọn và đưa ra những hạng mục thích hợp.

◦ Thông thường, một sự kiện sẽ bao gồm những dịch vụ sau:

◦ Thư mời (chi phí in, chuẩn bị, gửi)

◦ Lưu trú (cho khách mời, Diễn giả,...)

◦ Chi phí đi lại cho khách mời, diễn giả...

◦ Thuê địa điểm tổ chức

◦ Diễn tập

◦ Thức ăn & Đồ uống

◦ Trang trí địa điểm diễn ra sự kiện (sân khấu, biển hiệu,..)

◦ Âm nhạc

◦ Dẫn chương trình

◦ Thiết bị nghe nhìn & Ánh sáng

◦ Thực đơn,



- Quà tặng
- Bảo hiểm
- Chi phí an ninh
- Chi phí nhân công
- Tiền điện
- Dịch thuật
- Vận chuyển
- Thông tin liên lạc
- Chi phí khác....

Bảng 2.5. Ví dụ về bảng dự toán ngân sách tổ chức sự kiện

BẢNG DỰ TRÙ KINH PHÍ TỔ CHỨC SỰ KIỆN

Event	Đơn giá	Số Lượng	Tổng cộng
1. Chi phí Design			
Thư mời			
Thiết kế sân khấu			
Welcome Banner			
Bandrol (1m2 x 6m)			
Poster			
poster A2			
poster A5			
Tờ rơi			
2. Chi phí in ấn			
Invitations			
Backdrop (50.000/m2)			
Welcome Banner (1m x 5m)			
Bandrol (1m2 x 6m)			
Bandrol (1m2 x 2m5)			
Poster			



Poster A2			
Poster A5			
Tài liệu hội thảo			
Văn phòng phẩm (bìa somi, bút)			
Phiếu thăm dò ý kiến			
3. Tiền thuê hội trường			
4. Chi phí trang trí			
Hoa cài áo khách mời			
Hoa tặng nhà tài trợ, báo cáo viên			
Giỏ hoa để bàn			
Lẵng hoa lớn			
5. Chi phí thuê Thiết bị			
Âm thanh - ánh sáng			
Màn hình - máy chiếu			
Laptop			
6. Chi phí thuê MC			
7. Chi phí Văn nghệ			
8. Chi phí nhân sự			
Tuyên truyền			
Tiếp tân			
Hướng dẫn viên			
9. Chụp hình			
10. Quay film			
11. Quà lưu niệm			
12. Các chi phí khác...			
Cộng			
Chi phí phát sinh (10%)			
Tổng cộng			

2.2.3. Dự trừ các khoản khó đoán trong sự kiện

Dự toán kinh phí trong tổ chức event đã là một vấn đề tương đối khó khăn và đòi hỏi độ chính xác cao đối với người làm event song dự trừ kinh phí cho cả những khoản mà ta không thể đoán trước lại là một vấn đề vô cùng nan giải.

Thông thường, khi làm một bảng dự trừ kinh phí, ngoài phí quản lý (10 - 15% tùy Agency), phí 10% VAT thì việc dự trừ kinh phí cho những khoản khó đoán biết có thể bao gồm phần kinh phí mà thông thường người làm event thường lấy con số tượng trưng là 10 - 20 % tổng chi phí một chương trình.

Vậy thế nào là những khoản khó đoán mà ta ít khi tính tới trong event ?

Một dấu hiệu dễ nhận biết nhất cho khoản chi phí phát sinh này là khi người tổ chức sự kiện đã đưa ra được những rủi ro có thể xảy ra trong chương trình thì phần chi phí để dự phòng cho những rủi ro này cũng sẽ được tính đến. Đôi lúc có những khoản kinh phí mà nếu thiếu kinh nghiệm thì một người làm event không thể nào dự đoán được.

Để đề phòng những chi phí phát sinh ngoài tầm kiểm soát, hãy lưu ý một số vấn đề dưới đây để tránh những thiếu sót khi thực hiện bảng dự trừ kinh phí.

+ *Chi phí phát sinh do những rủi ro có thể xảy ra*

Tùy thuộc vào đặc điểm của mỗi event, hãy cố gắng dự đoán những rủi ro có thể gặp phải. Chẳng hạn như khi thực hiện một rockshow heavy metal tại quán cafe, dự đoán trước nguy cơ chiếc trống có thể bị thủng rất cao vì rock band đánh quá "bạo" và những tấm kính hay bóng đèn có nguy cơ vỡ do người tham dự xô đẩy, chen lấn, người tổ chức đã lường trước các chi phí này và đưa vào bảng dự phòng rủi ro. Kết quả là trống đã bị thủng và có hai tấm kính bị vỡ, những nhà tổ chức đã có ngay chi phí cho việc này và không để nó ảnh hưởng đến lợi nhuận.

Hoặc tổ chức một event ở ngoài trời, hãy tính đến các biện pháp dự phòng như rách dù không gian, đổ gãy nhà bạt nếu có mưa gió bất ngờ và cả khoản chi phí dành cho việc thuê mua thay thế.

+ *Những chi phí phát sinh chưa tính toán được*

Nếu bạn tổ chức một chương trình biểu diễn thời trang thì ngoài những chi phí cơ bản như sân khấu, người mẫu trang phục, âm thanh ánh sáng, đi lại

v.v thì bạn phải tính cả chi phí giặt ủi quần áo cho những trang phục sẽ được biểu diễn, nhất là nếu đó là một show diễn kéo dài trong nhiều tuần.

Chính vì thế thông thường việc thống kê và tính toán cho những phần chi phí phát sinh khó đoán biết trước luôn dành cho những người tỉ mỉ có tầm nhìn và kinh nghiệm để phát hiện ra những vấn đề dù là nhỏ nhất. Nếu ta không lên đầy đủ phần kinh phí đó thì bản thân hoặc công ty của mình phải bỏ tiền ra để bù vào chi phí phát sinh đó.

+ Tính toán không khéo các hạng mục trong sự kiện

Bạn phải dùng kinh nghiệm cá nhân của mình hoặc tham khảo ý kiến của người đi trước để có những dự trù sát thực tế nhất, nếu không khi xảy ra phát sinh bạn sẽ rất khó xoay sở trong ngân sách có hạn đã nhận được.

Chẳng hạn như để thu hút 10,000 người tham dự Event của mình, bạn dự định phát ra 20,000 tờ rơi, truyền thông trên 10 đầu báo, treo 20 bandroll nhưng sau đó bạn thấy khối lượng truyền thông như vậy mới chỉ như muối bỏ bể.. Tuy nhiên, để tăng gấp đôi khối lượng truyền thông để đạt được số lượng tham gia như bạn mong muốn sẽ kéo theo chi phí phát sinh rất lớn trong khi mọi chi phí đã được duyệt rồi. Lúc này bạn sẽ đứng giữa hai con đường: chấp nhận giảm lợi nhuận để tăng độ phủ truyền thông hoặc ngậm ngùi nhìn số lượng khách đến với Event hết sức lèo tèo so với mục tiêu cam kết ban đầu.

+ Chênh lệch về thời giá, tỷ giá

Và một vấn đề cuối cùng nhưng cũng rất quan trọng đó là thời giá. Thông thường, một kế hoạch event thường được lập ra trên giấy khoảng từ 3 đến 4 tháng trước khi sự kiện diễn ra, đó là một khoảng thời gian ngắn để bạn gấp rút chuẩn bị các công việc nhưng cũng đủ dài để chi phí của những sản phẩm dịch vụ mà bạn tính toán thay đổi giá cả. Nếu không tính toán cả những phần này thì rõ ràng bạn lại có thể mất thêm một phần chi phí vì sự chênh lệch thời giá này.

Tổ chức sự kiện vào những mùa cao điểm như cuối năm, một số hạng mục như địa điểm, giá in ấn, đồ ăn thức uống, xe cộ đi lại... chắc chắn sẽ tăng nhiều, vì vậy khi lập kế hoạch cho những Event diễn ra vào dịp này, việc cần thiết của bạn là dự trù trước chênh lệch của thời giá lúc đó so với hiện tại.



Cũng có khi khách hàng đòi thời gian tổ chức đến cả năm trời, làm thế nào để thay đổi bảng giá mà bạn đã chốt với họ từ năm trước? Hãy cẩn thận ghi vào một dòng: "Bảng giá có giá trị trong thời hạn ... tháng kể từ ngày lập bảng", sau này bạn sẽ không phải e ngại "khó nói chuyện" với khách hàng về việc tăng giá.

Giá khách sạn tăng lên do chênh lệch về tỷ giá USD/VND cũng ảnh hưởng đáng kể đến chênh lệch chi phí đầu ra/đầu vào của bạn vì khách sạn thường báo giá bằng đơn vị USD trong khi bạn tính toán ngân sách bằng tiền Việt.

Tóm lại, như tên gọi của nó unknown budget hay hidden cost, người tổ chức không bao giờ có thể chuẩn bị chính xác 100% những khoản chi phí phát sinh đó, chính vì vậy như chúng ta đã được đề cập ở trên những khoản chi phí này thường được tính một cách mặc định từ 10 – 20% tổng chi phí tổ chức nhằm đề phòng cho những phát sinh ngoài ý muốn. Và người làm event càng có nhiều kinh nghiệm thì việc dự tính chi phí phát sinh sẽ càng chính xác và ít khi xảy ra hao hụt kinh phí.

Dưới đây là bảng liệt kê một số chi phí thường hay phát sinh và khó đoán định để bạn cân nhắc khi lập dự trù chi phí cho sự kiện của mình:

Chi phí đền bù, tu sửa các vật thuê mua: làm hư hỏng đồ đạc, chi phí giặt ủi, chi phí tu sửa gian hàng trong những chương trình dài ngày vận chuyển đi nhiều nơi...

Chi phí phụ thu của chủ địa điểm: phí tổ chức quá giờ quy định, phụ thu mang thiết bị bên ngoài vào...

Tiền cho nhân sự: bồi dưỡng cho đội thi công, trả tiền làm việc quá giờ cho nhân viên phục vụ ...

Chi phí vận chuyển, chuyên chở: đi lại nhiều hơn, chở nhiều hơn so với dự kiến...

Chi phí ăn uống: gọi thêm rượu, phát sinh thêm khách, thời giá thực phẩm tăng vào các dịp đặc biệt như Tết, đãi Event team sau event

Chi phí trang trí, set up

Chênh lệch tỷ giá

Chi phí truyền thông: mở rộng quy mô truyền thông

Chi phí in ấn: phải in lại sản phẩm do bị lệch màu, lỗi chính tả...

Chi phí nộp phạt: gây mất trật tự nơi công cộng, phạt lấn chiếm lòng lề đường, phạt do biểu diễn nghệ thuật không phù hợp...

Chi phí ăn ở: Trả thêm tiền phòng khách sạn (với Event ở xa), tiền ăn ở cho đội ngũ quay phim chụp hình đi cùng.

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2

1. Trước khi xây dựng tổ chức sự kiện chúng ta cần phải có những thông tin gì?
2. Khái quát quá trình lập kế hoạch cho sự kiện?
3. Tại sao phải xác định mục đích của sự kiện ?
4. Nêu tầm quan trọng của ngân sách tổ chức sự kiện? Dự toán sơ bộ ngân sách tổ chức sự kiện như thế nào?
5. Trình bày các loại kịch bản trong tổ chức sự kiện? Lấy ví dụ

BÀI TẬP THỰC HÀNH

Chủ đề : Lựa chọn một loại sự kiện và thực hiện các yêu cầu sau:

- +Xác định những mục đích chính, khách mời mục tiêu của sự kiện
- +Xây ý tưởng và kịch bản chi tiết tổ chức sự kiện
- +Xác định những hạng mục công việc chính cho sự kiện đã chọn
- +Xác định thời gian chuẩn bị sự kiện theo phương pháp kết hợp
- +Xác định những nguy cơ xảy ra và các giải pháp phòng ngừa
- +Xây dựng kế hoạch triển khai sự kiện
- + Thuyết trình ý tưởng tổ chức sự kiện đó.

HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Mục tiêu:

- Sinh viên xây dựng được ý tưởng, chủ đề sự kiện
- Lập được kịch bản chi tiết sự kiện
- Lập được bản kế hoạch phân công nhân sự thực hiện sự kiện và bảng dự toán ngân sách tổ chức sự kiện
- Dự tính được một số tình huống trong tổ chức sự kiện và đưa ra phương án dự phòng.
- Thuyết trình được toàn bộ bản kế hoạch sự kiện

2. Chuẩn bị

- Bảng yêu cầu tổ chức sự kiện của khách hàng
- Mẫu kịch bản sự kiện
- Mẫu bảng phân công nhân sự thực hiện sự kiện
- Mẫu bảng dự toán ngân sách sự kiện

3. Trình tự thực hiện

+ Bước 1: Chia nhóm và chọn chủ đề sự kiện

- Sinh viên lập nhóm từ 5 -7 sinh viên/ 1 nhóm.
- Mỗi nhóm chọn một thể loại sự kiện để tổ chức

+ Bước 2: Lập kịch bản sự kiện

- Xâu chuỗi các hoạt động theo một trật tự
- Tính toán thời gian bắt đầu, thời gian kết thúc
- Phân công người thực hiện
- Chi tiết các hoạt động và ý tưởng thực hiện.(đối với kịch bản chi tiết)

+ Bước 3: Lập dự toán ngân sách tổ chức sự kiện

- Hình dung hết danh mục các hàng hóa & dịch vụ cần thiết để tổ chức sự kiện
- Chia nhỏ thành các nhóm chi phí có cùng mục tiêu
- Liệt kê chi tiết về số lượng, chất lượng và chi phí

- Lên danh sách kinh phí dự trù cho các khoản rủi ro phát sinh
- Tính tổng kinh phí sau khi hoàn thành

+ Bước 4: Lập bảng phân công nhân sự thực hiện

- Phân tích bảng danh mục mô tả các hạng mục công việc trong sự kiện
- Chia các công việc lớn thành nhóm các nhiệm vụ, công việc nhỏ hơn có cùng mục tiêu.

- Hệ thống hóa về công việc và thời gian trong các công tác chuẩn bị
- Xác định khoảng thời gian cần thiết để chuẩn bị cho từng công việc
- Tổng hợp thành bảng tiến độ cho công tác chuẩn bị sự kiện

+ Bước 5: Dự trù rủi ro và đưa ra phương án dự phòng

- Liệt kê các rủi ro theo nhóm
- Phân tích nguyên nhân
- Đưa ra phương án dự phòng

+ Bước 6: Thuyết trình toàn bộ bản kế hoạch

- Thuyết trình bằng Powerpoint
- Trả lời câu hỏi

4. Tiêu chí đánh giá

STT	Nội dung	Tiêu chí đánh giá	Điểm
1	Trình bày ý tưởng, chủ đề	Sáng tạo, ý tưởng tốt, có chủ đề	2
2	Viết kịch bản	-Kịch bản phù hợp, có điểm nhấn, phân chia thời gian hợp lý, đúng mẫu	2
3	Lập ngân sách	- Dự toán hợp lý, đúng mẫu, đúng quy trình	2
4	Lập kế hoạch	- Đúng quy trình, đúng mẫu - Dự trù được rủi ro và phương án dự phòng	2
5	Bài thu hoạch	- Thuyết trình thuyết phục, phân chia công việc các thành viên rõ ràng,	2



STT	Nội dung	Tiêu chí đánh giá	Điểm
		Powerpoint đẹp, có hình ảnh, video minh họa	
Tổng điểm			10

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 2

- [1]. L. V. Nghiêm, *Tổ chức sự kiện*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2007.
- [2]. N. T. M. Thanh, *Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội*, NXB Lao động – Xã hội, 2015.
- [3]. Website <https://tochucsukien.info>
- [4]. Website <https://sukienachau.com>

Chương 3

CHUẨN BỊ TỔ CHỨC SỰ KIỆN

NỘI DUNG CHÍNH

- Chuẩn bị các thủ tục hành chính
- Chuẩn bị danh sách khách mời, thư mời và marketing cho sự kiện
- Chuẩn bị về địa điểm và không gian tổ chức sự kiện.
- Chuẩn bị kế hoạch đồ ăn, đồ uống cho sự kiện
- Chuẩn bị phương tiện vận chuyển khách tham dự sự kiện
- Chuẩn bị các công việc khác liên quan khác

3.1. CHUẨN BỊ CÁC THỦ TỤC HÀNH CHÍNH

Các thủ tục hành chính đó là yêu cầu, là điều kiện cần trước khi tiến hành triển khai thực hiện sự kiện. Các thủ tục hành chính chủ yếu là việc xin các giấy phép của các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan, cần lưu ý nếu chỉ xin mỗi giấy phép tổ chức sự kiện có thể là chưa đủ vì hoạt động của tổ chức sự kiện rất đa dạng cần phải xin phép cơ quan quản lý cho tiến hành các hoạt động khác trong sự kiện. Hiện nay, các thủ tục hành chính cho tổ chức sự kiện rất phức tạp, ở các địa phương khác nhau có các yêu cầu khác nhau. Tuy nhiên, cùng với công cuộc cải cách hành chính của Đảng và Nhà nước ta, hy vọng trong tương lai các giấy phép về tổ chức sự kiện sẽ được thể chế hóa, rõ ràng, đơn giản hơn cho các nhà tổ chức sự kiện.

Nhà tổ chức sự kiện cần phải nắm vững với mỗi loại hình sự kiện cần phải có những thủ tục giấy phép gì. Ngoài ra cần phải nắm vững thời gian tối thiểu, tối đa cho việc được cấp các giấy phép cần thiết đó (vì trong một số trường hợp khi mọi công tác chuẩn bị đã hoàn tất, nhưng không xin được giấy phép của các cơ quan quản lý trước khi thực hiện thì việc tổ chức sự kiện có thể sẽ bị đổ vỡ).

Các thủ tục hành chính thường có khi tiến hành tổ chức sự kiện là:

- Giấy phép tiến hành sự kiện, thường là yêu cầu bắt buộc với các sự kiện có quy mô tương đối lớn có tầm ảnh hưởng đến cộng đồng dân cư như: tổ chức

các cuộc diễu hành, thi đấu thể thao, biểu diễn nghệ thuật... Với các sự kiện nhỏ như: hội thảo, hội nghị, tổ chức sinh nhật, đám cưới... không nhất thiết phải có thủ tục này.

- Các giấy phép về vệ sinh, an ninh, môi trường... cũng thường chỉ có với các sự kiện lớn.

- Một số sự kiện còn phải được cơ quan có thẩm quyền xem xét nội dung của sự kiện (ví dụ cơ quan quản lý văn hóa cấp phép cho các nội dung trong một buổi biểu diễn)

- Các giấy phép khác cho các công việc khác trong quá trình tổ chức sự kiện như: giấy phép treo băng rôn, quảng cáo trên đường; giấy phép cho đón tiếp và phục vụ khách du lịch quốc tế...

Khi tiến hành xin cấp các thủ tục hành chính, các nhà tổ chức sự kiện hiện nay thường tiến hành theo các bước sau:

- Xác định các thủ tục, giấy phép cần phải có (để tránh đi lại, mất nhiều thời gian). Tốt nhất, nên tìm hiểu kinh nghiệm của những người đi trước tại địa phương.

- Nếu tạo lập được các mối quan hệ từ trước là tốt nhất, nếu không nên tìm hiểu thông tin, quy trình của các cơ quan cấp phép.

- Liên hệ với cơ quan cấp phép (tốt nhất nên đến liên hệ trực tiếp, vì liên hệ qua điện thoại trong trường hợp này thường thông tin được cung cấp sẽ không đầy đủ); khi đến hỏi thủ tục cũng như đến làm thủ tục (cho dù đã đến nhiều lần) cần có giấy giới thiệu, chứng minh thư nhân dân, cần có giấy bút để ghi chép lại đầy đủ các hướng dẫn.

- Chuẩn bị các giấy tờ mà cơ quan cấp phép yêu cầu (giấy giới thiệu, như đơn xin cấp phép, kịch bản, chương trình, hợp đồng, giấy ủy quyền, giấy phép đăng ký kinh doanh,...) tùy theo từng sự kiện và quy định của chính quyền các địa phương nơi diễn ra sự kiện.

- Trong khi cấp phép, một số cơ quan có thể có những yêu cầu về lệ phí cấp phép, phí dịch vụ... người tiến hành các thủ tục tổ chức sự kiện nên tế nhị xin hóa đơn (nếu thấy thuận lợi và là hóa đơn tài chính) để phục vụ cho việc thanh toán. Trong trường hợp không thể có hóa đơn, cần liên hệ với cấp trên để xin ý kiến chỉ đạo trực tiếp. Khoản chi phí này sẽ được tính vào chi phí chuẩn bị sự kiện.

Song song với việc xin các giấy phép hành chính, nhà tổ chức sự kiện có thể đề nghị các cấp chính quyền hỗ trợ trong việc tổ chức sự kiện (thường là với các sự kiện của nhà nước, sự kiện mang tính xã hội cao) như: hỗ trợ lực lượng an ninh, bảo vệ; hỗ trợ về vấn đề giao thông...

Trong một số trường hợp, việc tiến hành chuẩn bị các thủ tục hành chính có thể tiến hành thành hai giai đoạn:

- Xin các giấy phép để tổ chức sự kiện (cần phải xin trước giai đoạn chuẩn bị, đối với các sự kiện không chắc chắn có được phép tổ chức ở một địa phương hay một thời điểm cụ thể hay không).

- Sau khi đã có giấy phép tổ chức sự kiện, trong khi tiến hành các công việc chuẩn bị tiếp tục xin giấy phép cho các hạng mục công việc khác (chẳng hạn xin giấy phép treo băng rôn, giấy phép tổ chức ca nhạc...)

- Hợp đồng địa điểm tổ chức.

Các giấy tờ cơ bản cần phải nộp khi xin cấp phép đó là:

- Đơn xin cấp phép tổ chức sự kiện đứng tên công ty xin phép, Bản sao Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh, hợp đồng tổ chức sự kiện ký với khách hàng (nếu tổ chức cho khách hàng).

- Giấy ủy quyền của khách hàng cho công ty tổ chức xin phép, Hợp đồng ký với chủ địa điểm, bản nội dung chương trình.

- Nếu chương trình có các tiết mục ca nhạc, văn nghệ thì cần phải có Giấy xác nhận bản ghi lời bài hát (lyric). Với chương trình tổ chức biểu diễn có yếu tố nước ngoài, chẳng hạn như có nghệ sĩ nước ngoài về Việt Nam biểu diễn, bạn cần chú ý phải nộp kèm hồ sơ passport của nghệ sĩ đó.

- Nếu có chương trình rút thăm hay khuyến mãi thì phải xin phép Sở Công Thương.

- Nếu sự kiện là một giải đấu thì cần phải có thêm Công văn đứng tên cơ quan giải đấu, Quyết định thành lập giải và hợp đồng/biên bản ghi nhớ với Đơn vị phối hợp thực hiện.

- Tất cả sự kiện cần ghi có bán vé hay không và nếu có bán vé thì cần nộp kèm maket vé bán.

Tóm lại, đối mặt với những vấn đề pháp lý trong Event là đối mặt với những thủ tục, giấy tờ cùng với những luật định riêng của từng Sở ban ngành, từng địa phương... đòi hỏi bạn cần phải thận trọng và am hiểu để tránh những sự cố không hay xảy ra cho Event của mình.

3.2. CHUẨN BỊ DANH SÁCH KHÁCH MỜI, THƯ MỜI VÀ MARKETING CHO SỰ KIỆN

3.2.1. Lên danh sách và gửi thư cho khách mời

Danh sách khách mời (invited guest list) với số lượng khách mời dự tính tham gia sự kiện sẽ là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến việc lựa chọn địa điểm, lập kế hoạch, lập dự toán ngân sách tổ chức sự kiện. Ngược lại điều kiện về địa điểm, ngân sách cho tổ chức sự kiện cũng sẽ quyết định số lượng khách mời. Do đó tùy theo điều kiện cụ thể có thể lập danh sách khách mời theo hai hướng sau:

- Căn cứ vào mục tiêu của sự kiện, lập danh sách khách mời (thường là do chủ đầu tư sự kiện quyết định). Từ đó mới tính đến việc tìm địa điểm, và xây dựng ngân sách dự toán phù hợp.

- Trong trường hợp dự toán đã được quyết định, hoặc chủ đầu tư sự kiện đã quyết định về địa điểm tổ chức sự kiện, việc lập danh sách cần phải căn cứ vào các nội dung đã được quyết định nói trên.

Nhà tổ chức sự kiện, sẽ phải thống nhất về số lượng cũng như danh sách khách mời với nhà đầu tư sự kiện. Trên cơ sở đó nhà tổ chức sự kiện có căn cứ để thực hiện các nội dung trong việc lập danh sách khách mời.

Quy trình chung lập danh sách khách mời

Bước 1: Thống nhất về số lượng và cơ cấu khách mời với nhà đầu tư sự kiện

Bước 2: Lập các loại danh sách khách mời. Tương ứng như cách phân loại khách mời (đã đề cập nói trên), cần phải lập các loại danh sách khách mời như:

- Danh sách khách VIP

- Danh sách khách mời chính thức: là những khách mời mà ban tổ chức sự kiện muốn và ưu tiên cho sự có mặt của họ trong sự kiện.

- Danh sách khách mời dự bị: gồm những người có thể thay thế cho những người trong danh sách khách mời chính thức khi họ không thể tham gia sự kiện.



- Danh sách khách mời là cơ quan truyền thông.

Trong danh sách khách mời khi mới lập ra thường chỉ cần các thông tin cơ bản như: Họ tên của khách mời, Chức danh/ đơn vị công tác, Địa chỉ, Số điện thoại (Email, fax, webside, để liên lạc), những điểm cần chú ý... Có thể thiết kế một danh sách khách mời đơn giản theo mẫu sau.

Bảng 3.1. Mẫu danh sách khách mời

CÔNG TY TỔ CHỨC SỰ KIỆN & DU LỊCH ETV						
Số: 234/TB						
DANH SÁCH KHÁCH MỜI						
(Danh sách khách VIP)						
Sự kiện:.....						
Chủ đầu tư sự kiện:						
Ngày thực hiện:						
Số lượng khách mời trong danh sách: ...						
STT	Họ và tên khách mời	Địa chỉ	Nghề nghiệp	Số điện thoại	...	Ghi chú
Các thông tin bổ sung ngoài danh sách:						
.....						
Người lập danh sách:						
Người kiểm tra danh sách:						
Quảng Ninh , ngày....tháng năm						
Người lập danh sách				Quản lý sự kiện		

Bước 3: Kiểm tra danh sách khách mời. Đối với các sự kiện quan trọng nên có bước kiểm tra danh sách khách mời để tránh trùng lặp, bỏ sót thông tin và đặc biệt là các khách mời cần thiết.

Bước 4: Khẳng định danh sách khách mời. Trong một số trường hợp, nhà tổ chức sự kiện có thể đề nghị nhà đầu tư sự kiện khẳng định lại lần cuối danh sách khách mời. (nếu cần thiết, nhà đầu tư sự kiện cũng phải ký nhận vào danh sách khách mời)

Một số điểm cần chú ý

- Danh sách khách mời nên được soạn trên Microsoft Excel không nên soạn trên Microsoft Word vì còn cần sử dụng một số công cụ của Excel (như công cụ tìm kiếm, lọc...) mặt khác việc bổ sung thêm thông tin (như thêm cột, thêm dòng...cũng thuận tiện hơn)

- Ngoài ra, nếu soạn trên Microsoft Excel danh sách khách mời còn có thể sử dụng để bổ sung trở thành một file hồ sơ khách mời.

- Đối với danh sách khách mời mà họ tên là người Việt Nam, cột Họ và tên khách mời nên được tách thành 2 cột, một cột cho họ và một cột cho tên (tuy nhiên khi in ra vẫn thành 1 cột – vì sẽ không có dòng kẻ ở giữa). Việc tách cột giúp cho việc lọc theo tên, sắp xếp khách theo tên (nếu cần) sẽ thuận tiện hơn. Hơn nữa về mặt hình thức sẽ đẹp và rõ ràng hơn.

- Tùy theo yêu cầu cụ thể danh sách khách mời cần được thiết kế với các nội dung cần thiết cho phù hợp với yêu cầu tổ chức sự kiện. (mẫu danh sách khách mời nói trên chỉ mang tính chất tham khảo).

- Thời hạn hoàn tất danh sách khách mời dự kiến ban đầu đối với các sự kiện quan trọng thường từ 6 đến 7 tuần trước khi diễn ra sự kiện (theo hướng dẫn ở các nước phát triển). Sau khi nhận xác nhận của khách mời, các danh sách cần điều chỉnh lại và đây sẽ là cơ sở để chuẩn bị các yếu tố liên quan đến khách mời. Tuy nhiên, trong thực tế và đối với các sự kiện không quan trọng, danh sách khách mời có thể gần hơn với thời điểm tổ chức sự kiện, nhưng nó cần phải đảm bảo cho ban tổ chức chủ động trong việc tiến hành các công việc khác có liên quan. Ở Việt Nam, nếu mời khách trước khi sự kiện diễn ra quá sớm, khách có thể quên lãng, hoặc không chú ý, không nhớ chính xác thời điểm diễn ra sự kiện (khác với người Âu, Mỹ họ có thói quen ghi và nhắc việc rất chính

xác và khoa học). Vì vậy trước khi sự kiện diễn ra trong khoảng từ 3 cho đến 10 ngày (tùy theo mức độ quan trọng của sự kiện), nhân viên phụ trách về khách mời trong tổ chức sự kiện nên thông báo lại cho khách.

3.2.2. Hồ sơ khách mời

Hồ sơ khách mời là một tập hồ sơ lưu trữ các thông tin cơ bản về khách mời nhằm giúp nhà tổ chức sự kiện đón tiếp và đáp ứng các nhu cầu của khách một cách hiệu quả nhất.

Hồ sơ khách mời có thể được lập theo 2 cách:

- Hồ sơ khách mời theo dạng bảng: Đối với trường hợp, lượng thông tin cần thiết về khách không quá nhiều, hồ sơ khách mời có thể được trình bày tương tự như danh sách khách mời, nhưng bổ sung thêm các thông tin khác về khách (độ tuổi, ngôn ngữ sử dụng, người đi cùng, lái xe, phương tiện vận chuyển, các dịch vụ khách được hưởng, vé vào cửa, các yêu cầu đặc biệt, những điểm cần lưu ý...). Trong trường hợp này từ danh sách khách mời, bổ sung thêm các cột thông tin cần thiết sẽ trở thành một hồ sơ khách mời.

- Hồ sơ khách mời theo dạng file: Mỗi khách mời, được thiết kế thành một file riêng (thường thì ghi thông tin trên 1 trang giấy là đủ). Có thể tham khảo một mẫu hồ sơ khách mời sau:

Bảng 3.2. Một mẫu về hồ sơ khách mời

CÔNG TY TỔ CHỨC SỰ KIỆN & DU LỊCH ETV

TÊN SỰ KIỆN

SỐ:.....

HỒ SƠ KHÁCH MỜI

Sự kiện:.....

Ngày thực hiện:

Nhân viên chịu trách nhiệm chăm sóc khách mời:

Họ và tên khách mời: Mã số (nếu có):

Địa chỉ/ số điện thoại (email, fax...) liên hệ

I. Các thông tin cá nhân của khách:

- Độ tuổi:

- Nghề nghiệp
- Cơ quan công tác
- Địa chỉ
- Sở thích

II. Các thông tin để phục vụ khách

- Ngôn ngữ thông dụng của khách (ngôn ngữ thông dụng, các ngôn ngữ mà khách có thể hiểu được, thông tin này được sử dụng khi cần thông dịch, hướng dẫn...)

- Vận chuyển: *(ghi rõ phương tiện vận chuyển của khách, khách đi xe riêng hay xe của nhà tổ chức. Nếu xe của nhà tổ chức thì ghi rõ loại xe, hay vé của các phương tiện vận chuyển công cộng, hình thức chi trả của nhà tổ chức với các loại phương tiện vận chuyển...)*

- Khách mời cá nhân/ khách đi theo nhóm *(ghi rõ nếu khách đi theo nhóm, có vợ/ chồng, trẻ em đi cùng hay không? Nếu có người đi kèm, thì đối tượng nào, dịch vụ nào sẽ được ban tổ chức trả phí và khoản nào thì khách phải tự chi trả. Ví dụ: miễn phí ăn uống, tự túc khách sạn với lái xe riêng chẳng hạn...)*

- Hình thức tham dự: theo tư cách cá nhân, hay đại diện của một tổ chức nào đó...

- Các thông tin về các dịch vụ khác (như lưu trú, ăn uống, tham quan, giải trí...)

III. Những điểm cần chú ý và yêu cầu đặc biệt

- Khách đặc biệt (khách VIP, người tàn tật,...)
- Các yêu cầu đặc biệt của khách

3.2.3. Thư mời

Thiệp mời tham gian sự kiện (Event Invitation Cards), có rất nhiều hình thức khác nhau. Cho dù bạn là một người tổ chức sự kiện chuyên nghiệp có rất nhiều kinh nghiệm, nhưng trí tưởng tượng của bạn cũng sẽ có những giới hạn nhất định. Vì vậy đối với hình thức thiệp mời, khi bạn thiết kế hoặc xem xét thiết kế nên tham khảo trên Internet, có vô số mẫu với những hình thức vô cùng ấn tượng cho bạn tham khảo và học hỏi.

Các yêu cầu cơ bản đối với hình thức của thiệp mời:

- Phù hợp với loại hình sự kiện
- Chuyển tải được một phần thông điệp, ý tưởng của sự kiện
- Tôn trọng nhưng tạo sự thân thiện đối với người được mời

- Với các sự kiện quan trọng, thiệp mời nên được thiết kế chuyên nghiệp, in ấn cẩn thận. Tuy nhiên với các sự kiện không quá quan trọng thiệp mời có thể được in ra từ máy in thông thường.

- Với các loại hình liên quan đến các cơ quan nhà nước, hoặc đã có những chuẩn mực nhất định cần tham khảo hình thức phổ biến trong xã hội để trình bày giấy mời.

- Thiếp mời, cần được để trong phong bì (có thể in riêng phong bì cho thiệp mời – nếu cần thiết).

- Không nên sử dụng giấy mời theo hình thức bản photo copy (trong thực tế vẫn tồn tại ở Việt Nam), vì điều này thể hiện sự thiếu chuyên nghiệp của ban tổ chức và khách sẽ cảm thấy không được tôn trọng đúng mức..

Đối với nội dung thiệp mời sự tham gia sự kiện cần chú ý đến các nội dung cơ bản sau:

- Cần có lời chào/ lời mời: các lời chào/ lời mời thông dụng như thân mời, kính mời quý vị/ quý khách tham dự... Trường hợp cần thiết có tên khách trên thiệp mời, có thể in trực tiếp lên thiệp (cách này tốn kém rất ít sử dụng, nếu có thường cho những thiệp mời/ hoặc giấy mời in ở máy in thông thường). Trường hợp thiệp mời được đặt hàng in ấn, tên khách có thể viết tay, tuy nhiên chữ viết phải đẹp, nét thoáng và dùng loại bút, màu mực phù hợp.

- Tên sự kiện
- Mô tả sự kiện
- Ngày giờ tiến hành
- Địa điểm tổ chức
- Địa chỉ/ số điện thoại/ Email/ số fax (và lời đề nghị tế nhị) để khách mời có thể hồi âm đến ban tổ chức, hoặc hỏi thêm thông tin.

- Cuối cùng, không thể thiếu sự hiếu khách và sẵn sàng đón tiếp từ ban tổ chức thông qua lời kết (Lời cảm ơn/ Chúng tôi rất hân hạnh được đón tiếp quý khách/ Sự có mặt của quý khách là niềm vinh dự cho ban tổ chức chúng tôi...)

Tùy theo sự kiện, trong thiệp mời có thể bổ sung các thông tin khác như:

- Chương trình chính của sự kiện
- Các chỉ dẫn đi kèm
- Bãi đậu xe
- Người đi kèm, các dịch vụ miễn phí
- Trang phục...
- Tài liệu đi kèm

Trong một số trường hợp, người ta có thể dùng giấy mời thay cho thiệp mời. Nếu cơ bản về hình thức và nội dung như trên điều khác biệt chỉ là tên gọi. Nhưng nếu giấy mời được soạn theo những mẫu chính thống (thường dùng trong các cuộc hội thảo, hội nghị của nhà nước chẳng hạn), ngoài các thông tin cơ bản như đã trình bày ở trên, nội dung và hình thức của nó có thể phải tuân theo những yêu cầu nhất định. Ví dụ hiện nay (năm 2009) có thông tư 55/2002/TTLT-BNV-VPCP hướng dẫn về thể thức trình bày văn bản. Nếu bạn tổ chức sự kiện cho các cơ quan nhà nước nên tham khảo các hướng dẫn trong các quy định của nhà nước.



Hình 3.1. Một số mẫu về thiệp mời tham gia sự kiện

Chuẩn bị thiệp mời/ giấy mời

Đối với tiêu chuẩn Âu, Mỹ thiệp mời cho các sự kiện quan trọng cần được thiết kế hoàn chỉnh trước thời điểm diễn ra sự kiện từ 3 đến 4 tháng. Tuy nhiên trên thực tế ở Việt Nam có nhiều sự kiện thời gian chuẩn bị ngắn, do đó cần tính toán thời gian một cách đầy đủ để có thể xác định tiến độ chuẩn bị thiệp mời/giấy mời. Các khoảng thời gian cần quan tâm có thể tính ngược theo cách: thời điểm chốt danh sách khách mời, thời gian khách phản hồi, thời gian gửi thiệp cho khách, thời gian thiết kế, in ấn thiệp, thời gian dự phòng...

Ví dụ: ngày 25/2 tổ chức sự kiện, và cần chốt lại thông tin về khách vào ngày 15/2, nếu thời gian dành cho khách phản hồi là 1 tuần, thời gian gửi thiệp là 3 ngày, thời gian thiết kế, in ấn (cả chỉnh sửa, duyệt bản in...) là 9 ngày, thời gian dự phòng là 5 ngày. Như vậy, tổng thời gian là 24 ngày, nên phải chuẩn bị cho việc in thiệp mời từ ngày 20/1.

Ngoài các loại thiệp hoặc giấy mời đơn giản mà nhà tổ chức sự kiện có thể tự thiết kế và in ra từ máy in thông thường, còn đối với việc đặt hàng thiết kế và in ấn thiệp mời nhà tổ chức cần chú ý:

- Cần có một danh mục các cơ sở nhận thiết kế, in ấn thiệp mời nói riêng và các loại vật dụng tương tự nói chung. Tốt nhất, trong quá trình tổ chức sự kiện nên lựa chọn một số nhà cung cấp có uy tín, chất lượng và mối quan hệ tốt.

- Cung cấp đầy đủ các thông tin về: Ý tưởng, mục tiêu của sự kiện, các nội dung cần có trong thiệp mời; các yêu cầu riêng về thiệp mời của ban tổ chức...

- Thông báo và thống nhất về thời gian lịch trình làm việc với nhà in (như thời gian thiết kế, in ấn/ thời gian xem bản mẫu, thời gian chỉnh sửa, thời gian in chính thức, thời gian bàn giao thiệp cho bên đặt hàng...)

- Cung cấp những thông tin khác mà nhà in cần có (như hình ảnh, logo của nhà đầu tư sự kiện...)

- Phân công nhân viên phụ trách theo dõi tiến độ, cũng như các công việc liên quan đến thiệp mời.

- Nên soạn thảo hợp đồng với bên nhận in ấn, thiết kế (cho dù là những hợp đồng đơn giản)

Chú ý, trường hợp thiệp mời có gửi kèm theo tài liệu hội thảo, vé vào cửa... Song song với việc chuẩn bị thiệp mời là công tác chuẩn bị các vật dụng gửi kèm này, mặt khác trong tiến độ cần chú ý đến thời gian chuẩn bị các đồ gửi kèm. Chẳng hạn thời gian chuẩn bị tài liệu là 3 tháng, trong khi thời gian chuẩn bị thiệp là 2 tháng, thì phải tính toán cho việc chuẩn bị tài liệu sớm hơn 1 tháng.

Gửi thiệp mời/ giấy mời

Theo thông lệ ở Âu, Mỹ thiệp mời thường được gửi đến cho khách mời trước khi diễn ra sự kiện từ 2-3 tháng để khách có kế hoạch và phản hồi thông tin với ban tổ chức sự kiện. Ở Việt Nam khoảng thời gian khách nhận thiệp có thể ngắn hơn tùy theo từng sự kiện, điều cần chú ý là thời điểm khách nhận được thiệp mời đến thời gian sự kiện diễn ra phải đủ cho khách có thời gian chuẩn bị, sắp xếp kế hoạch của mình. Ngoài ra nếu thời gian quá gấp khách sẽ không thể tham gia sự kiện (do không thay đổi được kế hoạch khác đã có trước của mình chẳng hạn) điều này không chỉ gây cho khách cảm giác không được tôn trọng đúng mức mà còn gây ra khó khăn cho các nhà tổ chức sự kiện.

Thiệp mời có thể được gửi qua bưu điện, hoặc do ban tổ chức mang trực tiếp cho khách. Việc lựa chọn cách thức gửi thiệp tùy theo thời gian dự tính, đối tượng khách, khoảng cách, chi phí... cho việc gửi thiệp.

Trong trường hợp gửi thiệp trực tiếp, nhà tổ chức sự kiện sẽ chủ động hơn về mặt thời gian, kiểm soát được việc thiệp đến tay khách mời, tuy nhiên cách thức này thường khá tốn kém và chỉ phù hợp đối với khách mời ở khoảng cách gần (ví dụ trong cùng một địa phương). Đối với việc gửi thiệp qua bưu điện, khi tiến hành gửi thiệp cho khách cần chú ý:

- Tên khách trong thiệp mời và trên phong bì phải trùng nhau.
- Lập và theo dõi lịch trình gửi thiệp (đặc biệt với nhóm khách quan trọng). Trong lịch trình cần tính đến số khoảng thời gian tối đa, tối thiểu cho việc gửi thiệp và nhận thông tin phản hồi từ phía khách.
- Đối với các khách mời quan trọng nếu cần thiết nên gửi thiệp theo hình thức thư bảo đảm/ điện hoa...
- Trong trường hợp thời gian gửi thiệp cho phép ngắn nên lựa chọn hình thức gửi thiệp chuyển phát nhanh, hoặc đặt hàng với các nhà cung cấp dịch vụ

chuyển phát thư tín (ký hợp đồng/ thỏa thuận về thời gian, giá cả với các nhà cung cấp dịch vụ chuyển phát thư tín).

- Ngoài ra, cần xem xét đến cước phí cho việc vận chuyển, các loại mẫu, kích cỡ phong bì khi gửi thiệp. Ví dụ: thiệp mời khách tham gia một cuộc hội thảo khoa học kèm theo tài liệu sẽ phải dùng một phong bì cỡ lớn đây là điều nhà tổ chức sự kiện cần phải tính đến.

Tiếp nhận thông tin phản hồi từ khách mời

Ban tổ chức sự kiện cần phải nắm được liệu khách đã nhận được thiệp mời hay chưa và những thông tin phản hồi từ phía khách.

- Có thể kết hợp việc gửi thiệp cho khách với các hình thức thông tin khác như: gọi điện, gửi mail, fax cho khách mời; ngoài ra còn có thể kèm theo thông báo trên các phương tiện thông tin đại chúng (tuy nhiên tránh lạm dụng hình thức *thông báo này thay cho giấy mời*; nên thay bằng hình thức... *xin vui lòng liên hệ với ban tổ chức để nhận giấy mời*...)

- Kiểm tra các giấy tờ ký nhận từ các nhà cung cấp dịch vụ chuyển phát thư tín.

- Thông thường, nếu trong thiệp mời có đề nghị khách phản hồi lại thông tin sẽ được khách trả lời lại bằng hình thức tương ứng. Tuy nhiên, trong một số trường hợp nhà tổ chức sự kiện cần phải chủ động liên hệ để khẳng định việc tham dự sự kiện của khách.

- Sau khi tiếp nhận các thông tin phản hồi của khách cần phải cập nhật ngay vào hồ sơ khách mời, và báo cho các bên có liên quan để chuẩn bị phục vụ khách (ví dụ: khách mời nhận lời tham gia sự kiện và đề nghị thu xếp cho họ chỗ ăn nghỉ của 5 người đi kèm- do họ trả phí chẵn hạn. Nhà tổ chức sự kiện cần phải tiến hành thu xếp theo các yêu cầu của khách và nếu không thu xếp được phải báo ngay cho khách).

3.2.4. Các hoạt động marketing thu hút khách đến sự kiện

- Marketing đóng vai trò quan trọng đối với ngành kinh doanh tổ chức sự kiện do khách tham dự sự kiện chỉ có thể biết đến sự kiện và mua vé tham dự nhờ vào những nỗ lực marketing của nhà tổ chức sự kiện.

- Đối với sự kiện được lặp lại nhiều lần (SEA GAMES, Sao Mai Điểm Hẹn, Làn Sóng Xanh, Duyên Dáng Việt Nam...), đối tượng khách hàng mục tiêu của sự kiện có thể có ý tưởng nào đó về sự kiện như loại hình, địa điểm và quy mô của sự kiện. Tuy nhiên, với một sự kiện đặc biệt, chỉ diễn ra một lần (one off event) thì họ không thể biết đến nếu không có những nỗ lực marketing.

Công cụ khuếch trương sự kiện

- Quảng cáo (Advertising)
- Quan hệ công chúng (Public Relations)
- Tiếp thị trực tiếp (Direct marketing)
- Truyền miệng (Word of mouth)
- Đón tiếp hiếu khách (Hospitality)
- Xúc tiến bán

3.2.4.1. Quảng cáo sự kiện

Quảng cáo là phương pháp, công cụ nhằm chuyển tải những thông điệp đến đối tượng khách hàng mục tiêu ◊ thu hút, lôi cuốn họ đến với sự kiện.

Nhà quản trị sự kiện có thể sử dụng những kênh sau:

- In & phát tờ rơi, poster, tập gấp, catalogue...
- Đài: trung ương, địa phương
- Internet: Website, Online Radio
- Truyền hình: cáp, vệ tinh, viba, analog
- Báo và tạp chí
- Quảng cáo ngoài trời: Biển quảng cáo, băng rôn, bảng quảng cáo điện tử.

3.2.4.2. Quan hệ công chúng

Quan hệ công chúng (PR) là những nỗ lực của nhà làm marketing sự kiện để xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với công chúng. Những đặc điểm cơ bản của PR là độ tin cậy cao, tính gián tiếp và tính sôi động. Vì rằng, các hình thức quảng cáo truyền thống là những gì nhà tiếp thị nói về sự kiện của mình, trong khi PR là những gì người khác nói (hoặc nhận thức) về sự kiện của bạn. PR có hàm ý về sự tín nhiệm lớn hơn. Sử dụng sức mạnh của PR để tạo ra những âm

thanh náo nhiệt cho sự kiện. Đây là nỗ lực của nhà marketing sự kiện để xây dựng mối quan hệ tốt đẹp với công chúng. Trong số những hoạt động của quan hệ công chúng, họp báo là hình thức cần cân nhắc để triển khai hiệu quả. Hết sức chú ý việc phải thông báo bằng văn bản xin cấp phép họp báo với cơ quan quản lý nhà nước chậm nhất là một ngày trước khi tổ chức họp báo.

Quan hệ công chúng là một công cụ marketing rất quan trọng nhằm tạo được hình ảnh của công ty đối với công chúng ◊ tác động tới quyết định, hành vi sự lựa chọn, mua của khách hàng mục tiêu. Trong quản trị kinh doanh sự kiện: PR sẽ đóng góp:

- Tạo hình ảnh, uy tín cho nhà tổ chức sự kiện.
- Tạo hình ảnh, uy tín cho nhà đầu tư sự kiện

Sự khác biệt giữa Quan hệ công chúng & Quảng cáo.

Quan hệ công chúng chuyển tải một thông tin phức tạp hơn quảng cáo.

- Thường PR là miễn phí nhưng nhà tổ chức sự kiện sẽ khó kiểm soát được kết quả tác động của nó (Có thể có tích cực hoặc tiêu cực) ◊ Yêu cầu nhà tổ chức sự kiện phải cố gắng kiểm soát hoạt động PR một cách tốt nhất có thể. ◊ Có kiến thức sâu sắc về giới báo chí, truyền thông; Có kiến thức và kỹ năng giao tiếp, phát ngôn trước công chúng.

- Bên cạnh những nỗ lực quan hệ công chúng nhằm chuyển tải những thông tin tích cực, nhà tổ chức sự kiện cũng phải quan tâm đến các hoạt động PR đối với tình huống nhạy cảm ◊ Khi xảy ra những sự cố : Ai sẽ là người phát ngôn trước giới báo chí truyền thông? (◊ cần phải đưa và danh sách đánh giá rủi ro)

Chiến dịch quan hệ công chúng

- Thu thập dữ liệu
- Lập danh sách các cơ quan báo chí và truyền thông (Media List) phù hợp với loại hình & nội dung của sự kiện
- Lập danh sách các mối liên lạc quan trọng (contact list) như các chính khách, những người nổi tiếng hoặc những người có uy tín của một nhóm nào đó ◊ Phát biểu, bình luận và tham gia các hoạt động để marketing cho sự kiện

- Lập danh sách những ý tưởng tiếp tục khuếch trương cho sự kiện: Phóng sự truyền hình, những cuộc thi, biểu diễn, phát biểu....

- Sau khi đã có danh sách ý tưởng ◇ Sắp xếp theo thứ tự ưu tiên để thực hiện.

3.2.4.3. Tiếp thị trực tiếp

Marketing trực tiếp là hoạt động chuyển tải thông tin trực tiếp đến khách hàng mục tiêu.

- Xây dựng cơ sở thông tin dữ liệu của khách hàng mục tiêu hoặc tiềm năng

- Gửi thư, newsletter (bản tin), tờ rơi ...đến địa chỉ của khách hàng

Marketing trực tiếp là hình thức truyền thông để tiếp cận cá nhân về sự kiện. Tiếp thị trực tiếp có đặc điểm nổi bật là hướng đến khách hàng mục tiêu; thông điệp thay đổi theo mỗi khách hàng; tính có thể đo lường phản ứng thông qua tương tác và khả năng về xây dựng mối quan hệ. Hình thức giao tiếp này được thực hiện bằng cách gửi thư qua đường bưu điện, email, điện thoại, fax.

3.2.4.4. Truyền miệng và những hoạt động đón tiếp

- Khi nhà tổ chức đã tổ chức được nhiều sự kiện ấn tượng, độc đáo, hấp dẫn ◇ Những khách đã tham dự rất hài lòng với những sự kiện của nhà tổ chức sẽ là một kênh truyền tải thông điệp và thu hút khách hàng mới cho các sự kiện sau.

- Miễn phí

- Tin cậy

- Việc tổ chức những buổi đón tiếp long trọng, ấm cúng sẽ là một kênh quan trọng và hiệu quả để truyền tải thông điệp (bữa tiệc cho các nhà tài trợ,....)

- Mở website cũng là một hoạt động thường được các công ty tổ chức sự kiện sử dụng

3.2.4.5. Xúc tiến bán

Xúc tiến bán là thực hiện những hoạt động để thu hút sự chú ý, để khích lệ, mời chào nhằm tăng doanh số hay tăng số lượng người tham dự sự kiện. Chẳng hạn, chính sách "ngày gia đình" tại những buổi diễn hay triển lãm, tặng những phiếu thưởng giảm giá theo nhóm hay vé miễn phí cho trẻ em hoặc có thể là khách được miễn phí vào cửa công viên trong thời gian sự kiện diễn ra,



khách được quyền vào khu vui chơi giải trí và triển lãm, nhưng không bao gồm chi phí đi lại, thực phẩm và nước giải khát; cách khác, người tiêu dùng có thể được tặng những mặt hàng miễn phí(áo thun T- shirt hay poster) khi mua nhiều vé. Nhìn chung, hiệu quả của hình thức quảng cáo này thường mang tính ngắn hạn và không có tác dụng tạo sự ưa thích đối với sự kiện.

3.3. CHUẨN BỊ VỀ ĐỊA ĐIỂM VÀ KHÔNG GIAN TỔ CHỨC SỰ KIỆN.

Địa điểm tổ chức sự kiện (venue) là nơi được lựa chọn để tiến hành các hoạt động trong sự kiện. Đi liền với khái niệm tổ chức sự kiện là không gian tổ chức sự kiện, nó là tập hợp các điều kiện cụ thể về vị trí, cảnh quan, bầu không khí, kiến trúc... tạo nên một không gian nơi sẽ diễn ra sự kiện.

3.3.1. Lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện

- Lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện là một công việc vô cùng quan trọng trong quản trị và tổ chức sự kiện. Công việc này có thể mang lại thành công nếu như lựa chọn đúng. Ngược lại, sự kiện sẽ bị thất bại và không mang đạt được mục đích của nhà đầu tư sự kiện.

- Lựa chọn địa điểm tổ chức không đơn thuần là một yếu tố cấu thành sự kiện mà còn liên quan đến tất cả những đối tác (stakeholder) của sự kiện.

- Địa điểm lựa chọn cần phải phù hợp với loại hình sự kiện mà chúng ta dự định tổ chức. Địa điểm phù hợp sẽ tạo được không gian hài hoà, người tham dự sự kiện sẽ cảm thấy thoải mái → Thành công của sự kiện.

- Khi lựa chọn địa điểm → Phân tích cẩn thận yêu cầu của sự kiện. Từ đó nhà tổ chức sự kiện sẽ lập ra được danh sách những địa điểm có thể đáp ứng được nhu cầu!

- Không nên, giới hạn vào một chủng loại địa điểm nào nếu chưa có kết quả của việc phân tích nhu cầu.

- Mỗi chủng loại địa điểm có ưu và không hạn chế về không gian, nhược điểm khác nhau:

Ví dụ:

- Không gian ngoài trời: nhà hát lộ thiên, sân vận động, vườn cây, quảng trường, bãi đất rộng, khuôn viên của các trường học, cơ quan, bãi biển, khu vực biểu diễn công cộng...

+ Ưu điểm:

* Tổ chức sự kiện ở không gian ngoài trời ít bị giới hạn, bó hẹp trong một phạm vi không gian cụ thể.

* Thuận tiện cho việc tăng, giảm quy mô của sự kiện. Nhà tổ chức sự kiện có thể thay đổi không gian cho phù hợp với diễn biến thực tế của sự kiện, trong khi đó điều này sẽ rất khó nếu tổ chức sự kiện trong hội trường.

* Không gian ngoài trời có thể là một trong những điều kiện thích hợp cho việc đưa ra các ý tưởng sáng tạo độc đáo do không bị giới hạn bởi không gian hẹp, ít bị rơi vào trùng lặp về không gian cũng như ý tưởng.

+ Nhược điểm:

* Chỉ phù hợp với một số loại hình sự kiện nhất định

* Chịu ảnh hưởng rất lớn của yếu tố thời tiết. Đây là nhược điểm mà các nhà tổ chức sự kiện cần phải quan tâm ví dụ, vào những tháng thường có mưa to chẳng hạn, cần phải xem xét các dự báo về thời tiết và có kế hoạch chuẩn bị dự phòng khi thời tiết bất lợi xảy ra.

* Các điều kiện hỗ trợ thường khó khăn hơn so với tổ chức trong các hội trường (ví dụ nguồn điện, lối đi lại, khu vực vệ sinh, nhân viên phục vụ, vấn đề an ninh...)

* Giới hạn về thời gian chuẩn bị và các thủ tục xin phép.

- **Không gian trong các phòng tổ chức sự kiện:** Đó là nơi tổ chức sự kiện trong các không gian giới hạn khác nhau, có thể là trong các phòng chuyên dụng về hội nghị, hội thảo; nhà hát; viện bảo tàng, khu hội chợ, triển lãm, các gian hàng, khách sạn, nhà hàng, nhà văn hóa, lớp học...

+ Ưu điểm:

* Có khuôn khổ rõ ràng, do đó ít có những biến động lớn về kế hoạch cũng như công tác triển khai sự kiện.

* Lợi dụng được cơ sở vật chất kỹ thuật sẵn có cũng như các dịch vụ mà cơ sở cung ứng không gian có thể cung cấp cho ban tổ chức sự kiện (ví dụ như: hệ thống âm thanh, ánh sáng, nguồn điện, nhân viên phục vụ...)

* Đảm bảo hơn trong các vấn đề về an ninh, an toàn, vệ sinh so với không gian ngoài trời.

+ Nhược điểm:

* Bị bó hẹp về quy mô nhất định, do đó khi tính toán số khách mời nhà tổ chức sự kiện cần phải căn cứ vào địa điểm hoặc ngược lại (nếu đã chốt danh sách khách mời) nhà tổ chức sự kiện phải tìm địa điểm phù hợp.

- **Khách sạn:** Là một trong những địa điểm phổ biến được lựa chọn để tổ chức những sự kiện (Hội thảo, gây quỹ,...)

Lợi thế:

- Có nhiều phòng chức năng để tổ chức sự kiện
- Có nhiều dịch vụ sẵn có để phục vụ người tham gia sự kiện (dịch vụ ăn uống, giải trí,...)
- Có đầy đủ các dụng cụ và thiết bị phục vụ cho các sự kiện như hội thảo, hội nghị...
- Chi phí hợp lý: Do khách sạn sẵn có các dụng cụ, thiết bị → Nhà tổ chức sự kiện không phải mua → Nhà đầu tư sự kiện được hưởng lợi!

Nhược điểm:

- Giới hạn về không gian, khó có tính sáng tạo trong khâu trang trí, hạn chế số lượng người tham dự.

+) Các yêu cầu khi lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện

Khi chúng ta quyết định về thông điệp cho một sự kiện nào đó, chúng ta cần xác định địa điểm tốt nhất để tổ chức sự kiện nhằm truyền đạt thông điệp đó đến quảng đại công chúng. Khi chúng ta đã chọn được địa điểm ưng ý, hãy xem xét những vấn đề sau:

- Sức chứa của địa điểm
- Địa điểm cần phải phù hợp với chủ đề của sự kiện (Một cuộc hội thảo khoa học chẳng hạn cần phải tổ chức ở những địa điểm chuyên nghiệp, trang trọng; trong khi đó một cuộc triển lãm nghề thủ công lại không nên tổ chức ở một trung tâm hội nghị...)

- Địa điểm cần phải phù hợp với quy mô của sự kiện (Ví dụ cần trả lời các câu hỏi như: địa điểm đó chứa được tối đa bao nhiêu người? Có phù hợp với số lượng khách mời dự tính hay không? Không nên quá chật, cũng ko quá dư thừa khoảng không...)

- Còn trống vào thời điểm diễn ra sự kiện?

- Có vị trí thích hợp (lưu ý các vấn đề về khoảng cách, đường giao thông, điểm đỗ xe...)

- Có mỹ thuật và cảnh quan phù hợp, không chịu ảnh hưởng ngoại lai tiêu cực (ví dụ ở một vùng có không khí ô nhiễm, tiếng ồn lớn sẽ không phù hợp với đa số các loại hình sự kiện)

- Có các lối vào, lối ra, kho khu vực nghỉ của khán giả, thiết bị, diễn viên, khách VIP, nhân viên và người khuyết tật... phù hợp.

- Đảm bảo các yêu cầu về dịch vụ ăn uống, lưu trú, an ninh và các dịch vụ khác.

- Lưu ý các vấn đề về nguồn điện, nước. Hệ thống thông gió, điều hòa nhiệt độ; hệ thống âm thanh, ánh sáng; hệ thống phòng cháy chữa cháy.

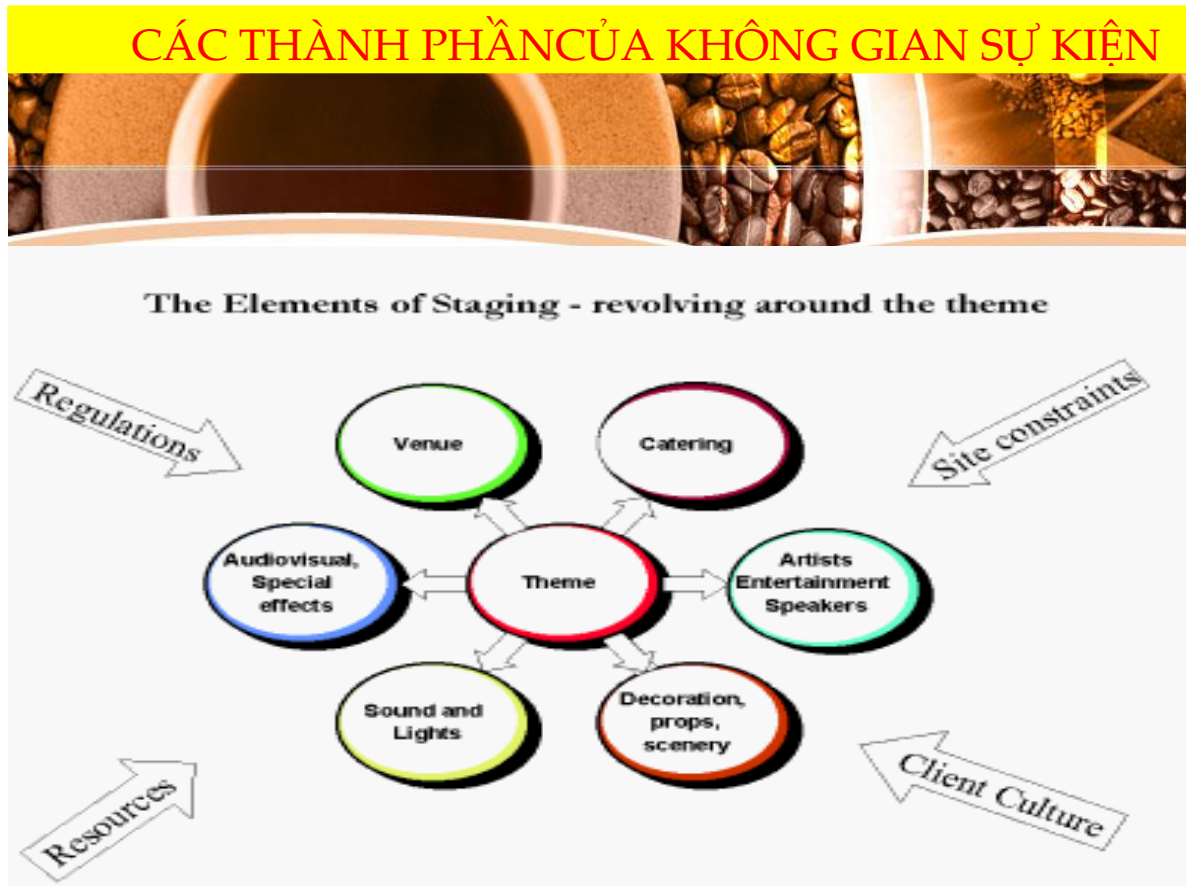
- Những dịch vụ cũng như sự hỗ trợ doanh nghiệp quản lý địa điểm tổ chức sự kiện

- Các yêu cầu về thông tin liên lạc (điện thoại, fax, internet, thậm chí các chi tiết nhỏ như wifi, các giắc cắm nguồn cho máy tính...)

- Khu vực giải quyết tình huống khẩn cấp (khu vực sơ cứu, khu vực an toàn cho khách VIP), lối thoát hiểm...

- Cuối cùng là vấn đề giá cả, có phù hợp với kinh phí dự trù hay không?

3.3.2 . Xác định không gian cho tổ chức sự kiện



Hình 3.2. Các thành phần không gian của sự kiện

* Bài trí không gian

- Không gian địa điểm tổ chức sự kiện đóng vai trò rất quan trọng với sự thành công của sự kiện → nhà tổ chức sự kiện phải cân nhắc toàn bộ không gian mà sự kiện cần.

- Không gian của sự kiện:

- Khu vực chỗ ngồi cho khách mời
- Khu vực lối đi
- Khu vực kĩ thuật(âm thanh , ánh sáng)
- Khu vực tác nghiệp của các hãng truyền hình
- Khu vực tổ chức các hoạt động cấu thành sự kiện (sân khấu biểu diễn,...)

Nhà tổ chức sự kiện cần sắp đặt vị trí của từng hoạt động cho phù hợp với nội dung và mục đích của sự kiện.

Vị trí của không gian trong quy trình tổ chức sự kiện: Không gian tổ chức sự kiện (sân khấu), được coi là trung tâm của quản lý sự kiện. Nó chính là phần nổi (hữu hình) nhất mà các stakeholders có thể quan sát và đánh giá.

- Mọi hoạt động khác của quản trị sự kiện diễn ra xung quanh không gian này.

Không gian thực hiện sự kiện là nơi diễn ra các hoạt động chính của sự kiện. Nó bao gồm mặt bằng, khoảng không gian, và các yếu tố khác (âm thanh, ánh sáng...) xung quanh sự kiện.

Khi đề cập đến không gian thực hiện sự kiện người ta thường nói đến các nội dung cơ bản sau:

- Địa điểm tổ chức sự kiện
- Âm thanh, ánh sáng
- Sân khấu/ nơi trình diễn sự kiện

Âm thanh và ánh sáng

Hầu hết các sự kiện đều cần có âm thanh (trừ sự kiện tổ chức dưới đáy biển hay nhảy dù trên không...), âm thanh là phương tiện truyền tin, là yếu tố kích thích vào không gian thực hiện sự kiện, tác động đều bầu không khí của sự kiện.

Hệ thống âm thanh trong sự kiện bao gồm các trang thiết bị âm thanh như: các loại loa, micro, tăng âm, thiết bị điều chỉnh âm thanh...

Ngôn ngữ sử dụng trong sự kiện là một trong những nội dung quan trọng liên quan đến âm thanh, tùy theo sự kiện để lựa chọn ngôn ngữ phù hợp. Trong trường hợp sử dụng phiên dịch cần lưu ý đến trang thiết bị đi kèm cho đối tượng này cũng như các khoản chi phí khác có liên quan.

Cùng với âm thanh, ánh sáng cũng là yếu tố tác động đến không gian thực hiện sự kiện. Việc thiết kế ánh sáng và bố trí hệ thống ánh sáng cần đảm bảo tính khoa học, hiện đại vừa phải đảm bảo tính nghệ thuật.

Trên cơ sở mục đích, chủ đề của sự kiện nhà tổ chức sự kiện cần đưa ra các yêu cầu cụ thể về âm thanh, ánh sáng cho sự kiện là cơ sở để thiết kế nên hệ thống âm thanh, ánh sáng phù hợp.

Trong trường hợp, thuê các nhà cung ứng dịch vụ âm thanh, ánh sáng nhà tổ chức sự kiện cần yêu cầu nhà cung ứng phải thiết kế chi tiết và mô tả

thật cụ thể. Hệ thống âm thanh ánh sáng cần phải hoàn tất trước khi sự kiện diễn ra từ 1 đến 2 ngày, và cần phải có sự chạy thử, diễn tập. Ngoài ra nếu sự kiện có trình diễn ca nhạc... cần có sự phối hợp giữa các nhà cung ứng âm thanh ánh sáng với nhà cung ứng dịch vụ ca nhạc hay các dịch vụ khác có liên quan.

Sân khấu/ nơi trình diễn sự kiện

Sân khấu (nơi) trình diễn là yếu tố trung tâm trong sự kiện. Đối với các sự kiện được tổ chức trong hội trường nơi trình diễn có thể là một sân khấu cố sẵn, một bức danh dự, một sân khấu di động, thậm chí một khoảng không gian ở giữa hội trường (dành để diễn thuyết và khiêu vũ chẳng hạn). Trong một số trường hợp sân khấu trình diễn gần như bao gồm cả khu vực tổ chức sự kiện, ví dụ như đối với một buổi lễ giới thiệu sản phẩm mới sân khấu trình diễn chính là một cửa hàng giới thiệu sản phẩm (của công ty), hoặc một khu vực công cộng nào đó.

Các yếu tố cơ bản của một sân khấu trình diễn

Tùy theo từng loại hình sự kiện, sân khấu trình diễn có thể có những yếu tố khác nhau:

- Vị trí của sân khấu
- Khung sân khấu (bao gồm khung để căng phông, treo các thiết bị âm thanh, ánh sáng...)
- Phông trang trí
- Khu vực hậu trường sân khấu
- Các trang thiết bị trên sân khấu (ví dụ: các loại bục, đồ trang trí, khẩu hiệu, bàn cho đoàn chủ tịch, bục diễn giả, thiết bị âm thanh...)

3.4. CHUẨN BỊ KẾ HOẠCH ĐỒ ĂN, ĐỒ UỐNG CHO SỰ KIỆN

Tùy theo sự kiện, nhà tổ chức có quyết định mức áp độ phục vụ ăn uống khác nhau. Reno Dal đã đưa ra những tiêu chí sau đây về phục vụ ăn uống trong tổ chức sự kiện: "Quy tắc của tôi áp dụng tỷ lệ nhân viên phục vụ/ khách hàng cho các sự kiện của công ty là : Dịch vụ bạc, tỷ lệ là 1/10; Dịch vụ năm sao, tỷ lệ là 1/25 và phục vụ ăn uống nói chung tỷ lệ 1/50. Theo tôi, không nên dồn dập cung ứng dịch vụ. Nghĩa là các món ăn và đồ uống chính phải được phục vụ vào đúng thời điểm; sau đó, người hầu bàn nên để khách tự do cho đến khi

khách gọi món. Quy trình phục vụ ăn uống giống như một vở kịch trên sân khấu, với các vị trí đã được bố trí sẵn và được trình bày theo cách thức tương tự với các giai đoạn sân khấu. Các nhân viên phục vụ trở thành diễn viên, họ phải ăn mặc phù hợp với chủ đề, phải yêu nghề- và thực sự, đó là một công việc khó khăn nhất của thời đại.

3.4.1. Lập kế hoạch đồ ăn cho sự kiện

Trước hết cần xác định rõ phạm vi, mức độ và mục đích bữa ăn cần đạt tới. Chẳng hạn phải trang trọng, lịch sự, tạo sự thân thiện ban đầu, kết thúc hội nghị, chia tay, tạo ấn tượng..v..v nhằm nâng cao tầm vị trí của sự kiện.

Nhà tổ chức cần kiểm tra lại ngân sách xem phạm vi giới hạn đến mức nào, từ đó quyết định tiệc đứng hay tiệc ngồi. Cần bàn bạc cụ thể với cơ sở cung cấp dịch vụ và xây dựng thực đơn ban đầu trong phạm vi giới hạn của ngân sách. Hãy chú ý tới những món ăn có màu sắc, hương vị có những nét đặc thù, gọi sự quan tâm chú ý của mọi người, mang lại hiệu quả cao với chi phí hạn chế, soa cho thể hiện sự tinh tế, khả năng sáng tạo và phong cách riêng biệt.

Cần có thời gian cân nhắc cho việc lựa chọn và quyết định thực phẩm. Đặc biệt phải chú ý tới thực phẩm dành cho người ăn kiêng. Thực phẩm phải bảo đảm an toàn từ nguồn gốc và trong chế biến phục vụ.

Căn cứ vào tiệc đứng hay tiệc ngồi mà quyết định kích thước và cơ cấu các món ăn cho phù hợp. Chẳng hạn chuẩn bị một buổi chiều dài tiệc đứng cùng với các món khai vị nguội và nóng, phải chú ý tới kích thước của món ăn sao cho vừa đủ ăn hay có thể ăn một cách dễ dàng, không nên phục vụ món ăn có xương hay nhiều nước. Mọi người sẽ ăn theo kiểu cầm trên tay hay để thức ăn vào đĩa? Có đủ đồ dùng để phục vụ cho nhiều bữa ăn hay phải đợi khách sạn rửa sạch và đem dùng lại cho bữa sau? v.v.. Nhà tổ chức cần phải làm việc cụ thể với các nhà cung cấp đó.

Ngoài ra, nhà tổ chức cần xác định rõ khẩu phần ăn cho các bữa tiệc và báo trước cho nhà cung cấp thực phẩm. Vấn đề này cần lưu ý tới khách tăng thêm do có những người đi kèm. Tuy nhiên, những khách đi kèm này cũng vẫn cố gắng biết trước để bảo đảm cung cấp đủ suất ăn, tránh để thừa lãng phí. Cũng cần có mốc giới hạn thời gian cuối cùng để chốt số thức suất ăn sau khi đã kiểm tra, nắm cụ thể số người tham dự.

Một vấn đề không kém phần quan trọng là nhà tổ chức phải quan tâm tới đội ngũ nhân viên phục vụ, nhân viên âm thanh ánh sáng, sân khấu, giải trí, v.v... Tùy vào lực lượng này có được dự với khách mời hay sắp xếp riêng cho họ, như vậy ngân sách sẽ phải tăng thêm.

3.4.2. Lập kế hoạch đồ uống cho sự kiện

Đồ uống thích hợp: Căn cứ vào mục đích yêu cầu và nhiệm vụ đặt ra với các bữa ăn để xác định đồ uống thích hợp, bạn cần giới hạn đồ uống trong phạm vi nào như rượu đắt tiền, ảnh hưởng lớn tới ngân sách. Để giải quyết được vấn đề này, có thể giới hạn một số loại đồ uống mà sự kiện cung cấp. Ngoài ra, cá nhân nào muốn dùng sẽ làm việc với khách sạn để dùng rượu quý và phải trả chi phí. Cần làm việc về giá cả các loại đồ uống trước, một giá thống nhất của khách sạn trước đó hay theo mức giá ưu tiên nào đó cho sự kiện.

Chi phí: Ngoài chi phí cho đồ uống còn những chi phí về tiền thưởng cho người phục vụ, tiền thuế, v.v... Người tổ chức cần thanh toán chi tiết, từ phương pháp tính toán tới các mức chi phí cụ thể. Nên nhớ rằng, phương pháp tính khác nhau dẫn tới mức chi phí rất khác nhau nên việc này phải có sự thống nhất giữa hai bên.

Ở nước ngoài, hầu hết các thiết bị đều có thể tính thêm tiền thưởng cho người phục vụ dựa trên toàn bộ hoá đơn thanh toán. Một số nơi họ phải cộng thêm thuế trên cả hoá đơn và cộng phần thưởng cho người phục vụ. Nếu khách mời tự đem đồ uống tới thì bạn cũng phải tính tiền mở nắp chai và phục vụ cho những chai đồ uống đó. Tuy nhiên cũng có trường hợp không phải trả thêm tiền phục vụ, điều này còn phụ thuộc vào từng hoàn cảnh cụ thể. Ví dụ như nhà tài trợ cho một sự kiện gây quỹ nào đó là một nhà sản xuất đồ uống thì đồ uống của họ có thể là chủ yếu trong bữa tiệc và như vậy khách sẽ không phải trả thêm tiền phục vụ.

Cần chú ý là luôn luôn kiểm soát và duy trì chi phí trong khuôn khổ và giới hạn cho phép. không để chi phí tự phát sinh sẽ dẫn tới bội chi gây khó khăn cho nhà tổ chức. Ví dụ trong tiệc có quán bar dành cho tất cả mọi người, nhà tổ chức muốn kiểm soát phục vụ thì phải yêu cầu người quản lý đồ uống thông báo khi nào đã chi hết một nửa số tiền dành cho đồ uống và nhà tổ chức sẽ quyết định có nên giảm mức phục vụ xuống hay không.

Kết thúc chiêu đãi: Đối với phục vụ cả ăn uống, cần chú ý không nên kết thúc trước khi nhân viên dọn dẹp xong. Nhà tổ chức phải rất linh hoạt. Trong những lúc sôi nổi nhất thì khách sẽ không muốn tiệc kết thúc và có thể muốn kéo dài phục vụ. Tuy vậy, cần cố gắng hướng tiệc chiêu đãi diễn ra theo thời gian dự kiến và chọn thời điểm kết thúc bảo đảm những dư âm tốt kéo dài, hạn chế những khuyết điểm không đáng có.

3.5. CHUẨN BỊ PHƯƠNG TIỆN VẬN CHUYỂN KHÁCH THAM DỰ SỰ KIỆN

Với mọi loại sự kiện, vấn đề đầu tiên khán giả quan tâm là đi đến điểm tổ chức sự kiện bằng cách nào? Đi lại đã trở thành yếu tố có ảnh hưởng lớn đến quyết định tham dự sự kiện của khách hàng. Do vậy, nhà tổ chức sự kiện phải hiểu rằng, các quyết định về vận chuyển, đón tiễn khách giữ vai trò rất quan trọng đối với toàn bộ kế hoạch hậu cần sự kiện. Hai từ được những nhà quản lý sự kiện sử dụng phổ biến là "dump" - khi khán giả đổ về sự kiện cùng một lúc và "trickle" - khi những người đến và rời sự kiện rải rác qua một khoảng thời gian. Với mỗi trường hợp này sẽ cần có chiến lược hậu cần khác nhau.

Bởi vì, trải nghiệm đi lại là ấn tượng đầu tiên của khán giả về sự kiện và nó có thể ảnh hưởng tiếp tục đến những trải nghiệm sau đó của họ tại sự kiện, nên công tác vận chuyển khán giả và đưa đón khách là một mảng công việc cần nhấn mạnh nhất của hậu cần khách hàng: Khách đi đến bằng phương tiện giao thông công cộng hay giao thông cá nhân; có điều động xe phục vụ đón tiễn không? Đối tượng nào được đón tiễn? Loại xe nào phục vụ và mức độ phục vụ trên xe như thế nào? Đồng thời, hậu cần về vận chuyển còn bao gồm bãi đậu xe và kiểm soát giao thông trong khu vực có sự kiện. Trong nghiên cứu về những sự kiện thể thao, Graham, Goldbatt, Deeply và cộng sự (1995) đã bình luận tầm quan trọng về việc khán giả đến và rời khỏi sự kiện: "Khách hàng nhấn mạnh rằng, đến và đi là một phần của trải nghiệm về lòng mến khách của sự kiện. Ấn tượng đầu tiên và cuối cùng về sự kiện là bãi đậu xe và sự kiểm soát giao thông". Vì thế, nhà phụ trách hậu cần sự kiện không thể coi nhẹ vấn đề này

Để thuận lợi cho hậu cần đưa đón khách mời và kiểm soát tốt chi phí, khi bố trí chỗ ở cho khách mời cần quan tâm khoảng cách từ khách sạn đến địa điểm tổ chức sự kiện là bao nhiêu? Đối với các sự kiện là các cuộc đại hội, hội nghị, hội thảo, sự kiện thể thao, công tác tổ chức hội nghị cần phải tính đến sự

sẵn sàng của dịch vụ vận chuyển và chi phí đón tiễn khách từ các địa điểm bố trí chỗ ở cho khách mời và những người tham gia (diễn viên, cần thủ, diễn giả, người dẫn chương trình). Đồng thời, vận chuyển đến các cơ sở khác cũng phải được xem xét. Một địa điểm tổ chức sự kiện, mà khoảng cách từ nơi ở của khách hàng đến sự kiện quá dài, sẽ làm tăng chi phí tổng thể của một sự kiện, và tăng thêm mối hận bận tâm cho công tác hậu cần. Như vậy, phải di chuyển với khoảng cách dài có thể làm sự kiện kém hấp dẫn đối với các đại biểu và từ đó sẽ có ảnh hưởng đến số lượng đại biểu tham dự.

Cuối cùng đối với các sự kiện lớn, lễ hội và những cuộc diễu hành, các nhân tố hậu cần khác được đưa vào có liên quan đến công tác vận chuyển khách tham dự sự kiện, có thể là xin giấy phép của chính quyền về việc đóng cửa một số tuyến đường trong thời gian sự kiện. Vấn đề này phải là một vấn đề của kế hoạch hậu cần.

Lưu ý các yếu tố cần kiểm soát đối với hậu cần đón tiễn khách:.

- Có phải liên hệ và xin giấy phép của các cơ quan công quyền về việc vận chuyển khách tham dự và đón tiễn khách mời của sự kiện không?

- Có phương tiện giao thông công cộng không ? Nếu có, lịch biểu giờ chạy của các phương tiện này như thế nào?

- Đã có phương án về loại phương tiện thay thế, trong trường hợp giao thông chính bị hỏng chưa?

- Liệu có tuyến đường nào thay thế, nếu tuyến đường chính được lựa chọn bị tắc nghẽn giao thông (tai nạn, công trình...)?

- Dịch vụ xe taxi có đầy đủ không? Những người cung ứng dịch vụ này đã am hiểu về sự kiện chưa và thái độ phục vụ của đội ngũ lái xe như thế nào?

- Chất lượng của các khu vực lối vào bãi đỗ xe như thế nào và sức chứa bao nhiêu? Có sự giới hạn về trọng lượng và trọng tải không? Có những điều kiện đặc biệt gì cần xem xét?

- Sức chứa của bãi đậu xe bao nhiêu? Có đủ dài phân cách cho xe cá nhân và xe phục vụ sự kiện ở bãi đậu xe không? Có khu vực đỗ xe riêng cho khách VIP, cho nhân viên phục vụ sự kiện? Sự hiếu khách của các tài xế và nhân viên phục vụ bãi đậu xe như thế nào?

- Có huấn luyện nhân viên phục vụ điều khiển đẩu đỗ xe không?
- Dịch vụ kéo xe và cấp cứu khẩn cấp có sẵn sàng không?
- Có kế hoạch đón tiễn khách từ đầu mối giao thông/trạm đỗ xe đến nơi tổ chức sự kiện chưa?
- Dự đoán tỷ lệ khách cùng lúc đến là bao nhiêu (cùng lúc hay rải rác)?
- Có bố trí xe đón tiễn khách không? Nếu có, đã thiết lập lịch điều phối xe chưa? Loại xe nào được chọn để đón khách? Đã có kế hoạch bố trí đồ uống và hoa quả tươi hay đồ ăn nhẹ cho khách VIP chưa?

3.5.1. Phương tiện chở khách

Các nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển. Các nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển ở Việt Nam bao gồm các nhóm cơ bản sau:

- Các hãng (tổng công ty/ công ty) hàng không
- Tổng công ty đường sắt
- Các doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển (đường bộ)
- Các công ty lữ hành, du lịch, đại lý vận chuyển
- Các đối tượng khác có khả năng cung ứng dịch vụ vận chuyển

Các phương tiện vận chuyển

Sử dụng các phương tiện vận chuyển công cộng

- Đối với vận chuyển bằng đường không và đường sắt, và ô tô công cộng các dịch vụ đi kèm thường có tính cứng nhắc (nhà tổ chức sự kiện khó có thể can thiệp hay kiểm soát), nếu nhà tổ chức sự kiện phải chịu việc cung ứng các dịch vụ liên quan đến hai loại phương tiện này thì công việc chủ yếu của họ bao gồm:

- Lựa chọn nhà cung ứng thích hợp, lựa chọn chất lượng của dịch vụ (ví dụ hạng vé máy bay; loại vé đường sắt như: vé ngồi mềm, ngồi cứng, vé nằm, toa riêng...; lựa chọn công ty vận tải hành khách đường bộ phù hợp).

- Đặt chỗ, mua vé cho khách
- Tổ chức gửi vé, gửi thư, hướng dẫn
- Tổ chức đón khách (nếu có)

Trong trường hợp, khách phải tự lo việc đi lại và được ngân sách sự kiện chi trả cho chi phí vận chuyển. Nhà tổ chức sự kiện cần chú ý

- Khi gửi giấy mời cho khách, nhà tổ chức sự kiện cần gửi thêm các lưu ý để đảm bảo yêu cầu thanh toán (như khách mời phải có cuống vé/ hóa đơn vận chuyển hợp lệ...)

- Khi khách đến tham gia sự kiện, phải có các nhân viên phụ trách nội dung này; thông báo, hướng dẫn khách làm các thủ tục thanh toán (ví dụ các mẫu kê khai, nộp vé, ký nhận...)

- Nên thanh toán ngay cho khách, không nên để khi sự kiện kết thúc (khách đã trở về nơi ở) mới tiến hành thanh toán và gửi tiền cho họ.

- Dự tính các trường hợp phát sinh trong thanh toán phí vận chuyển (như đi taxi hóa đơn không hợp lệ/ không có vé ô tô...) để xin hướng giải quyết trước. Ngay cả trong quá trình triển khai thực tế nếu gặp các tình huống phát sinh, không nên từ chối khách ngay mà cần xin ý kiến của người có trách nhiệm chi trả các khoản phí này cho khách.

Thuê dịch vụ vận chuyển bằng ô tô

Ở Việt Nam hiện nay việc thuê phương tiện để đưa đón khách mời tham gia sự kiện (hay trong quá trình diễn ra sự kiện) thường liên quan đến các phương tiện vận chuyển đường bộ trong đó chủ yếu là ô tô.

- Xe 4 chỗ: Đây là loại xe có đặc tính an toàn, sang trọng, lịch sự thể hiện sự tôn trọng khách mời và qua đó nâng cao những ấn tượng của sự kiện đối với khách. Với loại này, người ta tạm chia thành các mức độ như: xe cho chính khách, xe cho giới thượng lưu, xe thông thường... Khi lựa chọn xe 4 chỗ cần chú ý:

+ Việc lựa chọn xe cần căn cứ theo kế hoạch và ngân sách của sự kiện

+ Căn cứ vào đối tượng khách để lựa chọn xe (ví dụ: một chính khách cao cấp phải được ưu tiên phục vụ bằng các loại xe đẳng cấp nhất). Trong trường hợp khách mời có vị thế xã hội gần như tương đương với nhau nên chọn cùng một loại xe, ngược lại trường hợp người có vị thế xã hội cao hơn hẳn nên đầu tư lựa chọn các phương tiện sang trọng cho những đối tượng này.

+ Đẳng cấp hay mức độ của xe không chỉ phụ thuộc vào hiệu xe (Limousine, Mercedes, Toyota, Daewoo...) mà còn phụ thuộc vào đời xe, năm sản xuất, các thông số kỹ thuật khác.

+ Cần lập kế hoạch chuẩn bị thuê xe chi tiết (căn cứ vào số lượng khách mời dự tính, sự phân bố số lượng khách cho mỗi loại xe, các loại xe sẽ phục vụ...)

+ Cần chuẩn bị các vận dụng đi kèm với xe như đồ uống, tạp chí, sách báo, các tập gấp hay thông tin về sự kiện (nếu có), bản đồ chỉ đường, số điện thoại liên hệ với người phụ trách vận chuyển, băng/ đĩa nhạc... Cần làm rõ nhiệm vụ cho công tác chuẩn bị này (thuộc về nhà tổ chức sự kiện hay thuê các nhà cung cấp dịch vụ vận chuyển tự lo liệu);

+ Trong một số trường hợp cần có thêm các yêu cầu về: an toàn, vệ sinh, đồng phục lái xe, tiện nghi, màu sơn của xe, bảng đón khách, việc đổ xăng trước khi đón khách, thời gian đón khách, lịch trình, thái độ phục vụ của người lái xe, việc giải quyết các yêu cầu phát sinh ngoài hợp đồng của khách mời... đối với nhà cung ứng dịch vụ. Ngoài ra, trong một số trường hợp cần thiết còn phải trực tiếp kiểm tra các thông số kỹ thuật của xe như: cách bố trí chỗ ngồi trong xe, mùi điều hòa, độ ồn, độ giảm xóc, phương tiện nghe nhìn, phương tiện thông tin liên lạc...

+ Người phụ trách về phương tiện vận chuyển (của nhà tổ chức sự kiện) cần có một danh sách các lái xe với số điện thoại liên hệ, danh sách khách đi cùng mỗi xe...

+ Lập lịch trình điều phối xe, nếu cần thiết hãy tham khảo hoặc thuê các chuyên gia về điều phối vận chuyển tư vấn cho công việc này (trong trường hợp các sự kiện lớn, quan trọng và có tần suất, số lượng các chuyến xe lớn)

- Xe khách: có nhiều loại khác nhau như xe 7 chỗ, 12 chỗ, 16 chỗ, 24 chỗ, 45 chỗ... Những chú ý khi lựa chọn xe khách cũng tương tự như xe con 4 chỗ (đã đề cập ở trên), ngoài ra cần chú ý một số điểm sau:

+ Nên thuê xe khách của các doanh nghiệp kinh doanh vận chuyển khách du lịch (hoặc chuyên chạy theo hợp đồng), hạn chế việc thuê các xe chạy vận chuyển khách công cộng (vì lý do vệ sinh, mùi, hạn chế về giao tiếp của lái xe, thậm chí có tên tuyến vận chuyển khách bên ngoài xe- ví dụ: xe khách chất lượng cao Hà Nội- Hà Tĩnh chẳng hạn) những lý do này sẽ tạo ấn tượng không

chuyên nghiệp và khách sẽ cảm thấy không được tôn trọng đúng mức. Cũng vì lý do tương tự cần đảm bảo các yêu cầu cơ bản về chất lượng xe (như không dùng xe cũ, xe phải đảm bảo các thông số kỹ thuật, vệ sinh sạch sẽ, không có mùi khó chịu, điều hiển nhiên là phải có điều hòa...)

+ Kiểm tra tính khả thi trong vận chuyển bằng xe khách. Ví dụ nơi đỗ xe, tuyến đường cho phép xe khách chạy, cần biết liệu nhà cung ứng có được phép chạy trong thành phố không?...

+ Khi thuê xe khách cho sự kiện cần lưu ý, số lượng khách cho mỗi xe nên chỉ bằng khoảng 50-60% số ghế theo thiết kế trên xe (ví dụ với xe 45 chỗ chỉ nên sử dụng để vận chuyển ít khoảng từ 22 cho đến 28 khách).

Các phương tiện vận chuyển khác

Ngoài các loại phương tiện chủ yếu nói trên, trong tổ chức sự kiện còn có thể sử dụng một số loại phương tiện khác như: xe đạp, xe máy, xích lô... tuy nhiên cần lưu ý các phương tiện này khi sử dụng chủ yếu nhằm mục đích tạo sự mới lạ, tạo ấn tượng với khách mời hoặc là một điểm nhấn, một chủ đề riêng trong sự kiện. Ví dụ: trong việc ăn hỏi ở Hà Nội có nhiều nhà tổ chức một đoàn xích lô dạo trên phố, hình thức này mới đầu đã tạo ra những ấn tượng khá thú vị.

Trong kinh nghiệm tổ chức sự kiện ở nhiều nước trên thế giới người ta đã từng sử dụng và kết hợp rất nhiều loại phương tiện khác nhau như: máy bay trực thăng, xuồng, du thuyền, tàu thủy, xe ngựa kéo, ngựa, xe đạp... thậm chí là đi bộ (ví dụ tổ chức một lễ hội ở một ngôi chùa nào đó trên núi cao chẳng hạn, điều chắc chắn khách mời cho dù là ai cũng phải tham gia đi bộ với một khoảng cách nhất định)

3.5.2. Phương tiện đưa đón khách

Đưa đón khách trước hết phải xác định rõ khách tham dự đi từ địa điểm nào đến sự kiện? Điểm xuất phát của khách sẽ ảnh hưởng tới địa điểm đến của họ. Yêu cầu của việc vận chuyển phải bảo đảm bảo an toàn cho người đi trên đường. Cố gắng bố trí đảm bảo khách đến dự đông đủ, không bị tắc nghẽn giao thông giờ cao điểm.

Tổ chức vận chuyển phụ thuộc vào địa điểm tập kết, vào nơi ăn nghỉ của khách tham dự. Nếu khách ở tập trung tại một hoặc một cụm khách sạn để tới trung tâm hội nghị, có thể tổ chức đưa đón khách theo thời gian thống nhất,

hành trình đó cho phép hình thành những đoàn xe dài sẽ tạo nên hình ảnh đậm nét về sự kiện. Ngược lại, nơi ăn nghỉ của khách phân tán trong thành phố cần tổ chức vận chuyển theo các đoàn, mỗi đoàn hoặc một số đoàn do một nhân viên trực tiếp phụ trách đưa đón.

Trên đường tới sự kiện cần có những dịch vụ hỗ trợ cho dịch vụ vận chuyển này, có thể đưa các chương trình nghe nhìn tạo không khí hào hứng vui nhộn trước khi bước vào sự kiện. Dù là sự kiện nào thì vấn đề này vẫn là vấn đề rất cần thiết. Với không khí vui nhộn tạo cho người ta sự cởi mở, thân thiện. Người ta có xu hướng tiếp cận, muốn gần gũi tiếp xúc nhau, tiếp xúc khám phá sự kiện. Đó cũng là yếu tố quan trọng đưa sự kiện tới thành công.

3.6. CHUẨN BỊ CÁC CÔNG VIỆC KHÁC LIÊN QUAN KHÁC

3.6.1. Liên hệ với nhà cung ứng

Nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ tổ chức sự kiện: là những tổ chức, doanh nghiệp, cung ứng một hay một số các dịch vụ, hàng hóa hỗ trợ (dịch vụ về lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí, dịch vụ thể thao, văn phòng, an ninh...) cho quá trình tổ chức sự kiện thông qua các hợp đồng được ký kết (hoặc các hình thức thỏa ước khác) với nhà tổ chức sự kiện, họ có những ràng buộc, quyền lợi, nghĩa vụ nhất định liên quan đến quá trình tổ chức sự kiện. (đã đề cập ở chương 1)

Mục tiêu của công việc này là xác định được danh sách các nhà cung ứng và lựa chọn được những nhà cung ứng tốt nhất (trong điều kiện ngân sách cho phép) để cung ứng các hàng hóa dịch vụ cho sự kiện. Để thuận lợi cho việc quản lý, lựa chọn các doanh nghiệp tổ chức sự kiện nên tiến hành phân loại các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ.

Phân loại nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ

Có nhiều tiêu thức phân loại nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp. Trong quản trị tổ chức sự kiện người ta thường quan tâm đến các tiêu chí sau:

- Phân loại theo giá trị hàng mua:

+ Nhà cung ứng chính: Là nhà cung ứng mà giá trị hàng hóa dịch vụ của họ chiếm tỷ trọng lớn nhất và chủ yếu trong khối lượng hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện tiêu thụ trong một thời gian nhất định. Nhà cung

ứng này quyết định khối lượng, chất lượng hàng hóa, dịch vụ mua vào nên cần phải được quan tâm thường xuyên.

+ Nhà cung ứng phụ: Là nhà cung ứng mà giá trị hàng hóa, dịch vụ của họ chiếm một tỷ trọng nhỏ trong khối lượng hàng hóa, dịch vụ mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện tiêu thụ.

- Phân theo tính chất quan hệ:

+ Nhà cung ứng truyền thống: Là các nhà cung ứng thường có quan hệ tương đối lâu dài với doanh nghiệp tổ chức sự kiện, đã từng phối hợp với nhau trong nhiều sự kiện. Hai bên thường có sự hiểu biết lẫn nhau và thường thì mức độ rủi ro trong quan hệ với nhà cung ứng truyền thống thấp.

+ Nhà cung ứng mới: Là nhà cung ứng mà doanh nghiệp tổ chức sự kiện chưa có hoặc có ít quan hệ, hợp đồng với họ. Đối với nhóm này, doanh nghiệp tổ chức sự kiện cần có nhiều thông tin hơn khi ra quyết định, thông thường các doanh nghiệp tổ chức sự kiện sẽ ràng buộc chi tiết hơn trong hợp đồng cung cấp dịch vụ hoặc tiến hành triển khai thăm dò từng bước để đánh giá năng lực, chất lượng của các nhà cung ứng này.

- Phân loại theo dịch vụ trong tổ chức sự kiện:

Theo cách phân loại này, với mỗi nhóm dịch vụ trong tổ chức sự kiện sẽ có các nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ tương ứng, thông thường người ta chia ra các nhóm sau:

- + Nhà cung ứng dịch vụ vận chuyển
- + Nhà cung ứng dịch vụ lưu trú
- + Nhà cung ứng dịch vụ ăn uống
- + Nhà cung ứng trang thiết bị cho tổ chức sự kiện
- + Nhà cung ứng địa điểm tổ chức sự kiện
- + Nhà cung ứng các dịch vụ bổ trợ khác

Tìm kiếm các nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ. Việc tìm kiếm các nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ thường qua các nguồn thông tin sau:

+ Nguồn thông tin nội bộ: các mối quan hệ với các nhà cung ứng đã và đang triển khai; thông tin từ các nhân viên trong doanh nghiệp; thông tin từ việc nghiên cứu thị trường...

+ Nguồn thông tin từ phía các nhà cung ứng: Thông tin chào hàng trực tiếp; thư chào hàng; catalog quảng cáo; hội chợ; triển lãm và giới thiệu sản phẩm; hồ sơ dự thầu cung ứng dịch vụ của các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ...

+ Nguồn thông tin từ các phương tiện thông tin đại chúng: báo viết, tạp chí, truyền hình, đặc biệt là thông tin trên mạng Internet.

Từ các nguồn thông tin nói trên, tiến hành thu thập các thông tin về các nhà cung ứng, tiến hành kiểm tra và xử lý các thông tin có liên quan. Việc kiểm tra thông tin đặc biệt đối với các dịch vụ hỗ trợ quan trọng là hết sức cần thiết, trong một số trường hợp các doanh nghiệp tổ chức sự kiện còn cử người đến khảo sát, kiểm tra và đánh giá trực tiếp. Cần lập các file (tập tài liệu) hồ sơ về các nhà cung ứng với các nội dung chủ yếu như sau:

- Tên hiệu của nhà cung cấp
- Các thông tin cơ bản (địa chỉ, điện thoại, fax, email/website, mã số thuế, tài khoản ngân hàng, số giấy phép kinh doanh, người đại diện trước pháp luật)
- Chức năng, nhiệm vụ, ngành nghề kinh doanh, lĩnh vực kinh doanh
- Khả năng về cung ứng dịch vụ (số lượng, loại hình, thời gian cung ứng...)
- Chất lượng, uy tín, nhãn hiệu thương hiệu của sản phẩm
- Giá chào hàng của từng loại sản phẩm
- Các điều kiện về cung ứng (điều kiện về thanh toán, thời gian, đặt hàng, ký kết hợp đồng...)
- Khả năng tài chính của nhà cung cấp
- Các sự kiện mà nhà cung ứng đã tham gia (các hình ảnh, đánh giá... về công việc đó)
- .v.v.

Với mỗi nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ nên có một file hồ sơ riêng, tuy nhiên để thuận lợi cho việc lựa chọn có thể từ các hồ sơ lập ra một danh sách

(rút gọn) các nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ. Trong danh sách này có các cột tương ứng như: Số thứ tự; tên hiệu; loại sản phẩm; điện thoại; điều kiện cung ứng... Nếu lập danh sách trên Microsoft Excel nên thống nhất về tên gọi sản phẩm, hay các tiêu chí khác để thuận lợi cho việc sử dụng các công cụ như lọc, tìm kiếm; hoặc có thể lập danh sách theo các nhóm cho từng sheet riêng (có thể dựa theo các tiêu chí phân loại đã đề cập ở trên).

Cần lưu ý khi tìm kiếm thông tin về các nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ không phải chỉ cho một sự kiện cụ thể mà nó là thông tin cần thiết cho doanh nghiệp trong cả quá trình kinh doanh lâu dài. Do đó cho dù những nhà cung ứng không được chọn trong một sự kiện nào đó cũng nên lưu thông tin lại vì họ có thể sẽ phù hợp cho doanh nghiệp tổ chức sự kiện trong tương lai.

Về nguyên lý, doanh nghiệp cần tìm kiếm các nhà cung cấp theo quan điểm phát triển mối quan hệ tốt đẹp làm ăn lâu dài, cả hai cùng có lợi với họ. Tuy nhiên, cần thận trọng khi thu thập và đánh giá thông tin, đặc biệt là các thông tin khó kiểm chứng hoặc phức tạp.

Lựa chọn nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ

Có nhiều tiêu chuẩn làm căn cứ để lựa chọn nhà cung ứng dịch vụ bổ trợ cho một sự kiện cụ thể, như:

- Giá cả của các hàng hóa dịch vụ (phù hợp với ngân sách sự kiện không)
- Chất lượng hàng hóa, dịch vụ
- Thời gian cung ứng
- Uy tín và những đảm bảo của nhà cung ứng
- Những yêu cầu riêng của nhà tổ chức sự kiện mà nhà cung ứng có thể đáp ứng
- Khả năng của nhà cung ứng: ví dụ một khách sạn liệu có thể cung ứng được các dịch vụ bù vào thời điểm tổ chức sự kiện hay không?
- Điều kiện thanh toán...

Dựa trên danh sách (hồ sơ) của các nhà cung ứng và các tiêu chuẩn nói trên (có thể cụ thể hóa thành các tiêu chí cho từng sự kiện với mức độ quan trọng khác nhau) tiến hành đánh giá các nhà cung ứng. Cần lưu ý, việc đánh giá nhà cung ứng không chỉ dựa trên các thông tin nói trên, nếu cần thiết nhà tổ

chức sự kiện cần phải tham quan, khảo sát điều kiện và khả năng cung ứng thực tế của các nhà cung ứng. Trong trường hợp có nhiều nhà cung ứng phù hợp lập danh sách các nhà cung ứng được lựa chọn.

Bảng 3.3. Mẫu danh sách các nhà cung ứng được lựa chọn

CÔNG TY TỔ CHỨC SỰ KIỆN & DU LỊCH ETV								
Số: 234/TB								
DANH SÁCH CÁC NHÀ CUNG ỨNG DỊCH VỤ BỔ TRỢ								
Sự kiện:.....								
Chủ đầu tư sự kiện:								
Ngày thực hiện:								
STT	Tên nhà cung ứng	Địa chỉ	Dịch vụ/ ©ản phẩm cung cấp	Thông tin của nhà cung ứng	Thời gian liên hệ	...	Người liên hệ	Ghi chú
<i>Quảng Ninh, ngày....tháng năm</i>								
Người lập danh sách					Quản lý sự kiện			

Thương lượng và ký kết hợp đồng cung ứng dịch vụ. Thương lượng và ký kết hợp đồng cung ứng dịch vụ nhằm đạt được thỏa thuận (cam kết) về các điều kiện cung ứng hàng hóa/ dịch vụ cho sự kiện trên những cơ sở nhất định.

Thương lượng với các nhà cung ứng. Thương lượng với các nhà cung ứng là quá trình giao dịch, đàm phán với nhà cung ứng để đi đến những thỏa thuận chung trong việc cung ứng dịch vụ.

Trong thương lượng, nhà tổ chức sự kiện cần phải quan tâm đến các vấn đề chủ yếu sau:

- Các mô tả về hàng hóa và dịch vụ: mẫu mã, chất lượng, các yêu cầu cụ thể khác về hàng hóa/ dịch vụ.
- Giá cả của nhà cung ứng và giá cả của các loại hàng hóa/ dịch vụ đó trên thị trường.
- Thời gian tiến hành cung ứng
- Điều kiện thanh toán...

Giao dịch, đàm phán là một hoạt động vừa mang tính khoa học, vừa mang tính nghệ thuật. Tính khoa học thể hiện ở chỗ người tham gia đàm phán phải biết thu thập, hệ thống và xử lý thông tin một cách khoa học để chủ động trong đàm phán. Mặt khác như một nghệ thuật, người đàm phán phải sử dụng khéo léo các kỹ năng giao tiếp của mình và biết vận dụng một cách hợp lý, sáng tạo các hình thức giao dịch, đàm phán và các công cụ giao tiếp khác nhau (như giao tiếp qua thư, điện thoại, internet, giao tiếp trực tiếp...).

Một số điểm cần lưu ý khi tiến hành thương lượng:

- Tìm hiểu thông tin về nhà cung ứng và thông tin về người tham gia đàm phán, người có ảnh hưởng quan trọng nhất đến việc đưa ra quyết định của nhà cung ứng;
- Nắm rõ các yêu cầu của mình: các yêu cầu về dịch vụ; các sản phẩm tương tự đã từng mua từ các nhà cung ứng;
- Nắm vững các tiêu chí cơ bản của cuộc thương lượng: mục tiêu, các điều khoản cơ bản, những điều khoản có thể/ không thể nhân nhượng;
- Biết dẫn dắt cuộc thương lượng: các thông tin đã chuẩn bị trước; thứ tự các điều khoản để tiến hành thương lượng (thông thường nên thương lượng về sản phẩm, điều kiện, thời gian cung ứng trước khi thương lượng về giá cả); cách đặt vấn đề; cách so sánh thuyết phục; các xử lý tình huống khi giao dịch bế tắc...

Ký kết hợp đồng với nhà cung ứng. Đa số các trường hợp, cần phải tiến hành ký kết hợp đồng với nhà cung ứng, không nên theo thói quen thỏa thuận một cách chung chung thậm chí chỉ thỏa thuận qua lời nói. Hợp đồng là cơ sở để các bên làm tốt nghĩa vụ của mình, là căn cứ pháp lý khi giải quyết tranh chấp. Một

bản hợp đồng chi tiết (hoặc có phụ lục chi tiết kèm theo) cũng sẽ là một cơ sở để các nhà cung ứng đáp ứng đầy đủ các yêu cầu của nhà tổ chức sự kiện. Hơn nữa, về phương diện trách nhiệm một hợp đồng với các điều khoản ràng buộc rõ ràng, chặt chẽ sẽ giảm thiểu việc phá vỡ hợp đồng từ các nhà cung ứng.

Một bản hợp đồng cung ứng (xem mẫu ở phụ lục) ngoài các thông tin cần có của hợp đồng (như các căn cứ, thông tin các bên...) cần đặc biệt chú ý đến các thông tin liên quan đến việc cung ứng như:

- Tên, số lượng, quy cách, chất lượng, bao bì (nếu có) của hàng hóa/ dịch vụ;
- Giá cả, điều kiện thanh toán
- Điều kiện cung ứng
- Thời gian cung ứng
- Trách nhiệm của các bên khi vi phạm hợp đồng
- Hiệu lực của các bên khi vi phạm hợp đồng
- Các điều kiện khác mà hai bên đã thỏa thuận

Kiểm soát và phối hợp cung ứng dịch vụ. Việc kiểm soát và phối hợp cung ứng dịch vụ mang tính đặc thù riêng cho từng loại hình dịch vụ. Nhìn chung việc kiểm soát và phối hợp cung ứng dịch vụ có những bước cơ bản sau:

- Trước khi diễn ra sự kiện (hay theo thời hạn cung ứng dịch vụ) tiến hành liên hệ với nhà cung ứng, nếu cần thiết tiến hành kiểm tra sự chuẩn bị và sẵn sàng phục vụ của nhà cung ứng (trong hợp đồng nên có điều khoản này để thuận lợi cho việc kiểm tra);

- Thanh toán cho nhà cung ứng: thường là nhà tổ chức sự kiện phải thanh toán (hoặc đặt trước) cho nhà cung ứng một phần giá trị của dịch vụ (tùy theo thỏa thuận trong hợp đồng) trước khi cung ứng, theo đúng thời hạn nhà tổ chức sự kiện phải tuyệt đối đúng hẹn với điều kiện này.

- Phối hợp trong quá trình cung ứng dịch vụ
- Phát hiện và xử lý các sai phạm trong quá trình thực hiện hợp đồng

Dự tính và xử lý các sự cố có liên quan. Các sự cố có liên quan đến quá trình cung ứng dịch vụ rất đa dạng, có những sự cố do lỗi của nhà cung ứng nhưng

cũng có những sự cố do nhà tổ chức sự kiện, do khách mời... thậm chí có cả những sự cố bất khả kháng.

Việc dự tính và xử lý các sự cố có liên quan sẽ được xem xét ở những nội dung liên quan đến việc cung ứng từng loại dịch vụ cụ thể.

3.6.2. Chuẩn bị về nhân sự

Nhân lực cho dịch vụ tổ chức sự kiện rất đa dạng về ngành nghề ngoài ban tổ chức sự kiện còn có các nhà quản lý bộ phận, nhân viên tổ chức sự kiện, nhân viên từ các nhà cung ứng dịch vụ...

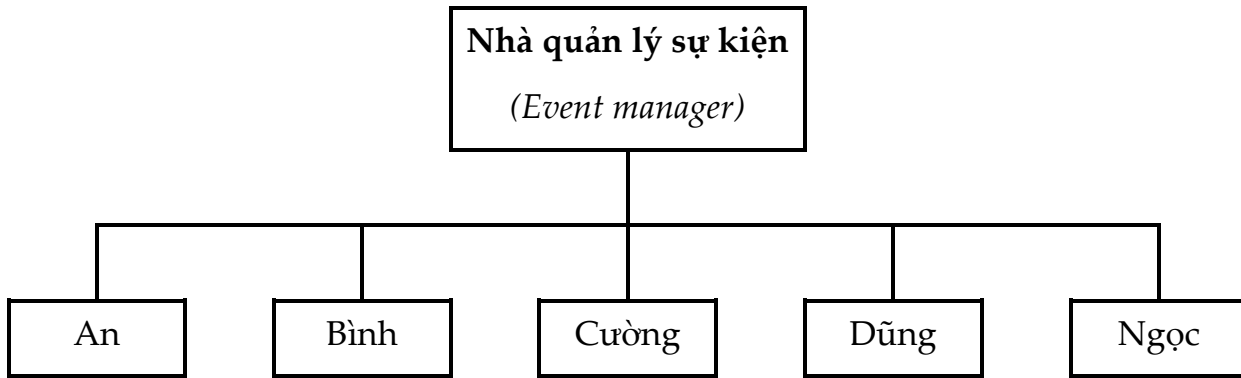
Việc chuẩn bị nhân lực trong sự kiện cần được tiến hành theo các bước cơ bản:

- Xác định mô hình tổ chức lao động
- Lập kế hoạch về nhân lực cho sự kiện
- Tiến hành chuẩn bị số lượng nhân lực (như bố trí, tuyển dụng, ký kết hợp đồng...)
- Tiến hành bố trí đào tạo nhân lực (phân công công việc, hướng dẫn thực hiện theo bảng mô tả công việc, đào tạo, diễn tập...)
- Kiểm tra và hoàn tất công tác chuẩn bị

Trong quá trình lập kế hoạch và triển khai tổ chức sự kiện, sơ đồ cơ cấu tổ chức (organisational structure) của ban tổ chức sự kiện sẽ ảnh hưởng rất lớn đến các công việc nói trên. Việc xác định một sơ đồ cơ cấu tổ chức rõ ràng sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà tổ chức sự kiện. Cùng với mỗi mô hình cơ cấu tổ chức lao động sẽ có những chức danh tương ứng trong công việc.

Từ sự khác biệt về quy mô, loại hình sự kiện, các sơ đồ cơ cấu tổ chức trong công tác tổ chức sự kiện có thể khác nhau, dưới đây là một số sơ đồ cơ cấu tổ chức mang tính phổ biến nhất cần được xem xét.[4, tr.112].

a) Mô hình tổ chức lao động đơn giản. Mô hình đơn giản (simple structure) là mô hình mà người đứng đầu là nhà quản lý sự kiện, trực tiếp chỉ đạo các nhân viên nghiệp vụ tổ chức sự kiện. (xem sơ đồ sau)



Hình 3.3. Mô hình tổ chức lao động đơn giản

Đây là mô hình tổ chức phổ biến nhất trong tổ chức các sự kiện nhỏ, nó linh hoạt, dễ thay đổi và thích ứng với hoàn cảnh thay đổi, các trách nhiệm thường được phân định rõ ràng - người quản lý là trách nhiệm cho tất cả các hoạt động liên quan đến sự kiện này. Tính linh hoạt của cấu trúc này ở chỗ nhân viên có thể kiêm nhiệm nhiều lĩnh vực, công việc khác nhau. Mặt khác do nhà quản lý sự kiện trực tiếp chỉ đạo nhân viên nên việc trao đổi thông giữa nhân viên và nhà quản lý thường nhanh chóng, chính xác.

Tuy nhiên, ngoài một số ưu điểm nói trên mô hình này cũng có những hạn chế nhất định như:

- Do một nhân viên phải kiêm nhiệm nhiều lĩnh vực khác nhau, nên tính chuyên môn hóa trong công việc sẽ bị hạn chế, mặt khác để có được nhân viên đủ khả năng tham gia thực hiện nhiều công việc, nhiều lĩnh vực là điều không đơn giản.

- Thứ hai, mô hình này không phù hợp với các sự kiện có quy mô tương đối lớn, khối lượng công việc nhiều.

- Thứ ba, đòi hỏi người quản lý sự kiện phải có hiểu biết rất rộng (và tương đối sâu) về tất cả các lĩnh vực trong tổ chức sự kiện. Mặt khác nếu người quản lý sự kiện có những hạn chế về chuyên môn hoặc phong cách lãnh đạo thì rủi ro cho sự thất bại của công tác tổ chức là rất lớn vì tất cả các quyết định sẽ tập trung ở một người.

b) Mô hình tổ chức lao động theo chức năng.

Mô hình tổ chức lao động theo chức năng (Functional structures- xem sơ đồ sau) đứng đầu là nhà quản lý sự kiện tổng thể (General manager), trực

tiếp chỉ đạo các cán bộ quản lý cấp dưới (theo chức năng) như: Quản lý thương mại (Commercial manager), Quản lý truyền thông và hành chính (Media administration manager), Quản lý các dịch vụ trong sự kiện (Tournament administration manager), Quản lý bán hàng trong sự kiện (Sales manager), Đạo diễn nội dung chương trình (Tournament director).

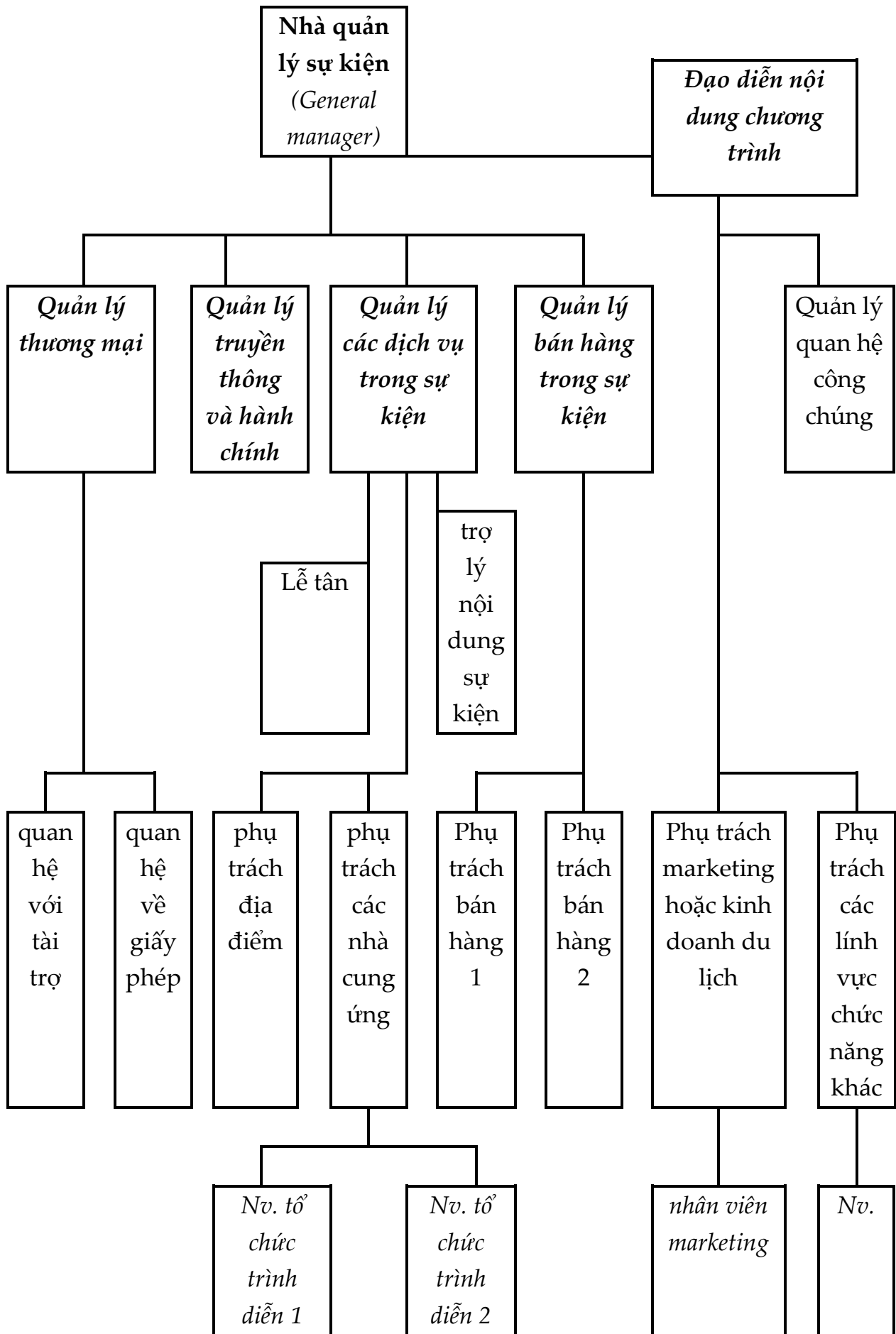
- Cán bộ Quản lý thương mại phụ trách các nhân viên: quan hệ với tài trợ (Sponsorship coordinator); quan hệ về giấy phép (Licensing coordinator)

- Cán bộ Quản lý các dịch vụ trong sự kiện phụ trách các nhân viên: Lễ tân (Receptionist), trợ lý quản lý dịch vụ trong sự kiện (Tournament administration assistant), phụ trách địa điểm (Site coordinator), quan hệ với các nhà cung ứng (Tournament coordinator)

- Cán bộ quản lý bán hàng trong sự kiện phụ trách các nhân viên bán hàng (Corporate sales executive)

- Đạo diễn nội dung chương trình phụ trách các nhân viên: quan hệ công chúng (Publicity manager); phụ trách marketing/ du lịch (Tourism/marketing coordinator); phụ trách các mảng chức năng khác (Function coordinator)

Mô hình tổ chức lao động theo chức năng khuyến khích phát triển chuyên môn của đội ngũ lao động, ngoài ra tránh sự chồng chéo các trách nhiệm trong công việc. Mô hình nói trên (tham khảo từ cơ cấu tổ chức lao động trong tổ chức giải quần vợt Úc mở rộng) chỉ là một ví dụ tham khảo, có thể bổ sung thêm các nội dung theo chức năng cho mô hình này. Hạn chế cơ bản của mô hình này, là nếu thiếu hiểu biết về các nhiệm vụ và các bộ phận chức năng nếu chỉ tập chung đảm bảo lợi ích của bộ phận mình có thể xung đột với các bộ phận chức năng khác. Trong các doanh nghiệp tổ chức sự kiện lớn khi vận dụng mô hình này thường tiến hành việc luân chuyển đội ngũ nhân viên qua các khu vực chức năng khác nhau nhằm tăng sự hiểu biết cho nhân viên, tăng sự gắn kết và phối hợp trong công việc.



Hình 3.4. Mô hình tổ chức lao động theo chức năng

c) Mô hình tổ chức lao động kiểu ma trận.

Mô hình tổ chức lao động kiểu ma trận (Program-based matrix structures) là mô hình tổ chức lao động hỗn hợp, có sự kết hợp của các bộ phận chức năng để tiến hành tổ chức hoạt động theo từng nội dung công việc. Dưới đây là một ví dụ về mô hình tổ chức lao động kiểu ma trận

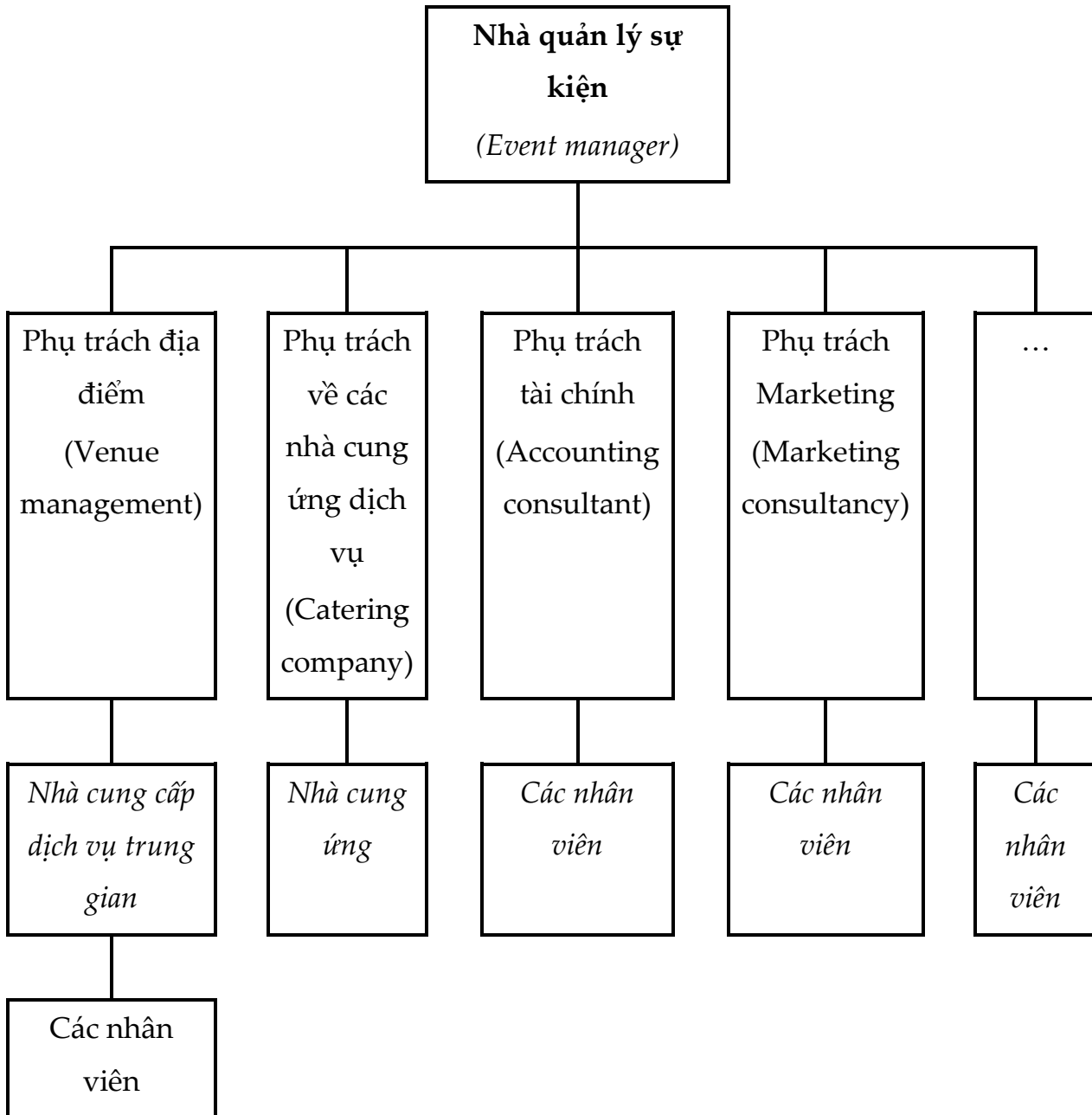
Các hệ thống hỗ trợ	Các địa điểm				
	<i>Khu vực đón tiếp</i>	<i>Khu vực hội thảo</i>	<i>Khu vực vui chơi giải trí</i>	<i>Khu vực ăn uống</i>	...
Hệ thống an ninh					
Hệ thống vận chuyển					
Hệ thống thông tin liên lạc					

Hình 3.5. Ví dụ về mô hình tổ chức lao động kiểu ma trận

d) Mô hình tổ chức lao động kiểu đa cấp hay cấu trúc mạng.

Mô hình tổ chức lao động kiểu đa cấp hay cấu trúc mạng (Multi-organisational or network structures) là mô hình được áp dụng đối với các sự kiện có số lượng nhân viên tham gia không lớn (ít hơn 20 người), nhưng nội dung công việc lại tương đối nhiều. Mô hình này gần giống mô hình đơn giản nhưng có nhiều cấp hơn.

Thực tế trong mô hình này, các mảng công việc được giao cho người phụ trách còn việc tiến hành được ký kết với các nhà cung ứng. Ví dụ sau khi ký kết với một công ty đảm bảo an ninh, nhân viên phụ trách an ninh chỉ có trách nhiệm giám sát và phối hợp với lãnh đạo của nhóm nhân viên này.



Hình 3.6. Mô hình tổ chức lao động kiểu đa cấp hay cấu trúc mạng

Mô hình này có ưu điểm là tiết kiệm được nguồn nhân lực của nhà tổ chức sự kiện, như không cần duy trì một đội ngũ nhân viên thường xuyên lớn mà chỉ cần hợp tác mang tính sự vụ với các nhà cung ứng. Một ưu điểm khác là tận dụng được tính chuyên nghiệp của các nhà cung ứng dịch vụ trên cơ sở các hợp đồng chi tiết về cung ứng dịch vụ. Ngoài ra ngân sách tổ chức sự kiện cũng được dự toán chính xác (trên cơ sở các hợp đồng đã được ký kết với các nhà cung ứng trung gian).

Một số hạn chế của mô hình này là chất lượng của các dịch vụ phụ thuộc rất lớn và các nhà cung ứng dịch vụ trung gian. Ngoài ra nếu nhân viên phụ trách các mảng này nếu thiếu những hiểu biết nhất định về lĩnh vực mà mình phụ trách, cũng như thiếu kinh nghiệm trong việc kiểm soát, phối hợp cũng có thể làm ảnh hưởng đến chất lượng nói chung của cả chương trình.

3.6.3. Chuẩn bị tài liệu và quà tặng

Tài liệu trong tổ chức sự kiện là các văn bản, mẫu file được lưu trữ dưới nhiều hình thức khác nhau (như in thành văn bản, phần mềm...) chứa đựng các thông tin có liên quan đến chương trình, lịch trình, nội dung, quảng cáo... để phục vụ cho quá trình tiến hành sự kiện hoặc gửi cho người tham gia sự kiện.

Các loại tài liệu trong tổ chức sự kiện

Các loại tài liệu trong tổ chức sự kiện bao gồm nhiều loại khác nhau, như:

- Tập gấp, quảng cáo giới thiệu về sự kiện
- Bảng tóm tắt chương trình, lịch trình
- Bảng nội dung tóm tắt (ký yếu hội thảo, hội nghị...)
- Các file powerpoint để trình chiếu
- Tài liệu để tra cứu tham khảo...
- Các bảng thông tin, hướng dẫn, bảng chỗ ngồi (place card), thẻ tham dự.
- Giấy mời hoặc thiệp mời, thư mời, thông báo, công văn mời... tham dự sự kiện
- Các phiếu cung cấp dịch vụ đi kèm sự kiện như: phiếu lưu trú, phiếu ăn, phiếu gửi xe, phiếu ra vào, thẻ nhà báo, thẻ VIP...

Quy trình chung trong việc chuẩn bị tài liệu cho sự kiện

Việc chuẩn bị tài liệu cho sự kiện thường được tiến hành theo các bước cơ bản sau:

- Xác định những tài liệu cần thiết cho sự kiện: Lập bảng danh mục các tài liệu với các nội dung khác có liên quan như: bên chịu trách nhiệm chuẩn bị về hình thức, nội dung (nhà đầu tư sự kiện/ nhà tổ chức sự kiện); các thông số kỹ thuật của tài liệu (về hình thức, kích cỡ, bìa, trang trí, in hay photo...); thời gian cuối cùng cho việc chuẩn bị tài liệu; đối tượng, thời điểm được gửi tài liệu;

số lượng tài liệu cho mỗi loại; kinh phí dự toán cho tài liệu; người thực hiện/ giám sát việc chuẩn bị tài liệu...

- Tiến hành chuẩn bị về nội dung của tài liệu. Đối với nhà tổ chức sự kiện các nội dung liên quan đến chủ đầu tư sự kiện thường do chính họ cung cấp (để đảm bảo tính chính xác, mục tiêu của tài liệu), trong các loại tài liệu khác nhiệm vụ chuẩn bị nội dung tài liệu có thể giao cho nhà tổ chức sự kiện (qua thỏa thuận và thống nhất với chủ đầu tư sự kiện).

- Chuẩn bị về hình thức của tài liệu. Căn cứ vào yêu cầu (nếu có) của chủ đầu tư sự kiện, cũng như ngân sách mục tiêu sự kiện để lựa chọn hình thức phù hợp cho tài liệu. Việc thiết kế hình thức sẽ do các nhân viên có kinh nghiệm của nhà tổ chức sự kiện tiến hành hoặc thuê các nhà thiết kế/ in ấn chuyên nghiệp.

- Lập tiến độ theo dõi công tác chuẩn bị tài liệu

- Tiến hành các công việc in ấn, phô tô, đóng quyển... hoặc ký kết và theo dõi các nhà cung ứng thực hiện công việc này.

- Lập bảng theo dõi và tiến hành gửi tài liệu cho các đối tượng có liên quan.

- Lưu trữ, bảo quản tài liệu dự phòng

Người được giao trách nhiệm chuẩn bị tài liệu cho sự kiện, không nhất thiết là một chuyên gia trong lĩnh vực này tuy nhiên vẫn phải đòi hỏi phải có những kinh nghiệm nhất định. Bổ sung kiến thức cho công tác chuẩn bị tài liệu người đọc có thể xem thêm nội dung trong các phụ lục liên quan đến việc chuẩn bị tài liệu.

CÔNG TY TỔ CHỨC SỰ KIỆN & DU LỊCH ETV

Số: 234/TB

DANH MỤC TÀI LIỆU CHO SỰ KIỆN

Sự kiện:..... Ngày thực hiện:

Chủ đầu tư sự kiện:

Stt	Tên tài liệu	Trách nhiệm chuẩn bị	Các thông số kỹ thuật của tài liệu	Thời gian cuối cùng cho việc chuẩn bị	Đối tượng, thời điểm được nhận tài	Số lượng	Kinh phí (dự toán) (đơn vị 1000 đ)	Người thực hiện/ giám sát	...	Ghi chú
-----	--------------	----------------------	------------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------	----------	------------------------------------	---------------------------	-----	---------

					liệu				
1.	Tập gấp tóm tắt về sự kiện	Nhà tổ chức sự kiện	Được in ốp sét, kích thước 19x21cm	ngày 2/3/08	Khách mời tham gia sự kiện	300 (tập)	3.000	A. Nam	Đã có mẫu sẵn của sự kiện X
2	Kỷ yếu hội thảo	Nội dung do cty tập hợp, nhà tổ chức sự kiện chuẩn bị in ấn, đóng quyển	Tài liệu phô tô, giấy trắng, bìa in màu, khổ A4, đóng quyển có bìa giấy bóng kính	ngày 5/3/08	Khách mời chính (nhóm A) tham gia hội thảo	150 (bản)	8.500	Chị Hà	Nhắc cty tổng hợp nội dung trước ngày 27/2/08

Các thông tin bổ sung ngoài danh mục:

Người lập danh sách:

Người kiểm tra danh sách:

Quảng Ninh, ngày....tháng năm

Người lập danh mục

Quản lý sự kiện

Hình 3.7. Mẫu danh mục chuẩn bị tài liệu cho sự kiện

Các yêu cầu chung về nội dung và hình thức của tài liệu. Tài liệu phục vụ cho sự kiện đòi hỏi những yêu cầu riêng, đặc trưng cho các sự kiện được tổ chức chuyên nghiệp. Nó thể hiện tính chuyên nghiệp, khả năng tài chính của nhà đầu tư và nhà tổ chức sự kiện. Ngoài ra nó còn thể hiện tính nghiêm túc, sự cầu thị ở những người tham gia sự kiện... Vì vậy nhìn chung về nội dung và hình thức của tài liệu cần đáp ứng được các yêu cầu sau:

- Tính chuyên nghiệp

- Tính thẩm mỹ
- Tính phù hợp
- Lịch sự, trang trọng
- Đầy đủ, hợp lý

Ngoài ra đối với từng loại tài liệu, nó còn có những yêu cầu riêng. Nhà quản lý sự kiện cần phải quan tâm đến tất cả các yêu cầu này trong quá trình chuẩn bị tài liệu cho sự kiện.

Trong các sự kiện quan trọng, nếu nhà đầu tư sự kiện có yêu cầu (hoặc theo kế hoạch và ngân sách tổ chức sự kiện cho phép) có thể có những tập tài liệu/ cuốn sách giới thiệu tóm tắt về sự kiện. Thông thường, việc chuẩn bị cuốn sách này do nhà tổ chức sự kiện đảm nhiệm. Nó không chỉ là một tài liệu tóm tắt giúp người tham gia sự kiện (đặc biệt là các khách VIP) chủ động trong việc tham gia sự kiện mà còn có ý nghĩa là một tài liệu quảng cáo, xúc tiến cho sự kiện.

Thường thì một cuốn sách giới thiệu tóm tắt cung cấp những thông tin sau:

Mục đích của sự kiện.

Trang phục khi tham dự – tự do, công sở, nghi lễ.

Dự báo thời tiết vào ngày diễn ra sự kiện.

Số lượng đại biểu tham dự.

Khả năng mời báo giới tham gia. Khả năng có quay phim và ghi hình.

Địa điểm tổ chức sự kiện.

Tên nhân viên điều phối sự kiện cùng với số điện thoại cố định và điện thoại di động.

Các vấn đề chính trị lớn được quan tâm tại địa phương nơi đang diễn ra sự kiện. Cuốn sách có thể bao gồm bản sao các bài báo phụ trợ.

Tên, chức danh và cơ quan của các đại biểu tham dự, và một bản tóm tắt những việc họ sẽ làm hoặc nội dung mà họ sẽ phát biểu trong sự kiện. Cung cấp tiểu sử, nếu thích hợp, cùng với cách phát âm chính xác tên của đại biểu nếu thấy cần thiết.

Một chương trình chính xác tới từng phút của sự kiện.

Những câu hỏi nào mà báo giới hoặc đại biểu có nhiều khả năng hỏi cùng với các phương án trả lời.

Danh mục các vấn đề cần được đề cập và những vấn đề cần tránh. Tên của những người mà quan chức đó cần lưu ý trong số đại biểu.

Một sơ đồ khu vực sân khấu, bao gồm cả nơi quan chức ngồi và đứng, và ai ngồi bên cạnh.

Chuẩn bị các chương trình bổ trợ, dự phòng

Trong quá trình tổ chức sự kiện ngoài chương trình chính, nhà tổ chức sự kiện còn phải xem xét đến việc chuẩn bị các chương trình bổ trợ, dự phòng cho quá trình tổ chức để hạn chế những thay đổi đột xuất và đảm bảo thành công cho công tác tổ chức sự kiện.

Quy trình chuẩn bị các chương trình bổ trợ, dự phòng hoàn toàn tương tự như quy trình chung trong việc chuẩn bị chương trình tổ chức sự kiện chính.

Chuẩn bị quà tặng

Một phần quan trọng của việc cung ứng trọn gói cho nhà tài trợ là sự đón tiếp. Nhà tài trợ mong đợi sự kiện mang lại điều gì cho mình và khách mời của họ? Họ có thể yêu cầu vé, thực phẩm và đồ uống, đồ lưu niệm và quà tặng. Các nhà tổ chức sự kiện cần quan tâm đến tất cả các yếu tố thể hiện lòng mến khách như đã nêu, đặc biệt là quà tặng. Quà tặng là một trong những yếu tố giúp nhà tổ chức thể hiện một cách hiệu quả chào đón và quan tâm đối với khách tham dự.

Những món quà với hình ảnh của công ty hay điểm đến được thể hiện trên đó, phần nào góp phần tạo ấn tượng cho khách hàng và lưu giữ hình ảnh doanh nghiệp hay điểm đến và nhà tổ chức đối với người tham dự. Quà tặng còn là chất xúc tác tạo nên tâm trạng phấn kích, vui vẻ của khách mời và người tham dự, từ đó mở ra những triển vọng về sự thành công của sự kiện. Vì thế, nhà tổ chức sự kiện cần quan tâm chọn loại quà tặng phù hợp với từng loại sự kiện cụ thể (sự kiện khai trương, sự kiện từ thiện có tính cộng đồng, sự kiện giới thiệu sản phẩm mới). Nên chọn các món quà tặng lạ mắt, độc đáo để gây được ấn tượng tốt đẹp đối với người tham dự. Đồng thời, cũng cần chú ý đến mục đích và thông điệp mà nhà tổ chức sự kiện muốn truyền tải đến khách mời mà món quà có thể chuyển tải.

Việc chuẩn bị quà tặng cho sự kiện thường được tiến hành theo các bước cơ bản sau:

- Xác định các nội dung liên quan đến quà tặng cần thiết cho sự kiện: Lập bảng danh mục các quà tặng với các nội dung khác có liên quan như: bên chịu trách nhiệm chuẩn bị quà tặng; các thông số kỹ thuật của quà tặng (loại quà, hình thức, giá cả...); thời gian cuối cùng cho việc chuẩn bị quà tặng; đối tượng, thời điểm được gửi quà tặng; số lượng quà tặng cho mỗi loại; kinh phí dự toán cho quà tặng; người thực hiện/ giám sát việc chuẩn bị quà tặng ...

- Lập tiến độ theo dõi công tác chuẩn bị quà tặng
- Lập bảng theo dõi và tiến hành gửi quà tặng cho các đối tượng có liên quan.
- Lưu trữ, bảo quản quà tặng dự phòng

3.6.4. Người dẫn chương trình và diễn giả

3.6.4.1. Người dẫn chương trình

Trong nhiều sự kiện người dẫn chương trình có vai trò hết sức quan trọng đến sự thành bại của sự kiện. Các công ty tổ chức sự kiện chuyên nghiệp thường có nhân viên dẫn chương trình, hoặc đội ngũ dẫn chương trình có quan hệ thường xuyên gần gũi điều này thuận lợi cho việc thực hiện các sự kiện. Tuy nhiên, trong một số sự kiện do yêu cầu về sự nổi tiếng của người dẫn chương trình, tầm quan trọng của sự kiện hay một số lĩnh vực đặc thù nhà tổ chức sự kiện phải thuê người dẫn chương trình.

Người dẫn chương trình cần phải hiểu và nắm rõ mục đích, chủ đề, đối tượng khách mời tham gia sự kiện. Cần có sự thảo luận, thống nhất về kịch bản, nội dung, lời nói... giữa nhà tổ chức sự kiện và người dẫn chương trình không nên chủ quan dựa vào kinh nghiệm, khả năng của người dẫn chương trình.

Trong các sự kiện quan trọng, cần có sự diễn tập trước đối với người dẫn chương trình.

3.6.4.2. Diễn giả

Diễn giả là người tham gia phát biểu trong sự kiện. Việc chuẩn bị các nội dung liên quan đến diễn giả tương tự như đối với khách mời tham gia sự kiện. Ngoài ra nhà tổ chức sự kiện còn phải quan tâm đến các nội dung khác cần trao đổi với diễn giả như:

- Mục đích, chủ đề, khách mời của sự kiện
- Nội dung/ bài phát biểu (có chuẩn bị trước, hoặc tùy diễn giả...)
- Các câu hỏi có liên quan
- Các tài liệu, trang thiết bị hỗ trợ diễn giả...

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3

1. Những lưu ý khi lên danh sách khách mời?
2. Nội dung thiệp mời? Cách thiết kế một tấm thiệp độc đáo và phù hợp ?
3. Trình bày các nội dung cần chú ý khi lựa chọn địa điểm tổ chức sự kiện.
4. Phân tích những ưu điểm và hạn chế khi lựa chọn tổ chức sự kiện ở ngoài trời và ở khách sạn?
5. Khi quyết định đồ ăn, đồ uống trong sự kiện cần chú ý những vấn đề gì?

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 3

- [1]. L. V. Nghiêm, *Tổ chức sự kiện*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2007.
- [2]. N. T. M. Thanh, *Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội*, NXB Lao động – Xã hội, 2015.
- [3]. Website <https://luxevent.vn/kinh-nghiem-to-chuc/to-chuc-su-kien-can-nhung-gi/>
- [4].Website <https://sites.google.com/site/tochucsukienchuyennghiep20>

Chương 4

TỔ CHỨC ĐIỀU HÀNH

CÁC HOẠT ĐỘNG CỦA SỰ KIỆN

NỘI DUNG CHÍNH:

- Tổ chức đón tiếp khách tại nơi diễn ra sự kiện
- Tổ chức khai mạc sự kiện
- Điều hành sân khấu/ khu vực trình diễn/ khu vực thi đấu
- Điều hành, quản lý khán giả và khách mời
- Kiểm soát hoạt động dẫn chương trình và diễn giả
- Điều hành các hoạt động phụ trợ

4.1. TỔ CHỨC KHAI MẠC SỰ KIỆN

4.1.1. Tổ chức đón tiếp khách tại nơi diễn ra sự kiện

a. Các nội dung cơ bản trong việc tổ chức đón tiếp khách tại nơi diễn ra sự kiện bao gồm:

1. Chuẩn bị thành phần đón tiếp khách (các thành viên ban tổ chức, nhân viên tổ chức sự kiện)

- Phân công nhóm đón tiếp khách
- Đối với khách VIP cần có các thành viên quan trọng của ban tổ chức sự kiện
- Chuẩn bị đội ngũ lễ tân/ PG... (nếu cần thiết trong việc đón khách)

2. Chuẩn bị khu vực đón tiếp và các trang thiết bị hỗ trợ đón tiếp khách

3. Đón tiếp khách

- Kiểm tra thông tin về thời gian và điều kiện vận chuyển của khách đến với sự kiện.

- Lịch sự, trang trọng đón tiếp khách phù hợp với các quy tắc xã giao
- Với các khách đặc biệt (theo kế hoạch) phân công người đi kèm hướng dẫn.

4. Mời, hướng dẫn khách vào khu vực tổ chức sự kiện

5. Làm các thủ tục đăng ký ban đầu cho khách

- Hướng dẫn khách đăng ký thông tin
- Phát tài liệu, quà cho khách
- Hướng dẫn khách vào khu vực chính của sự kiện

b. Một số lưu ý trong quá trình đón tiếp khách:

Đón tiếp khách

- Gửi kèm bản đồ/sơ đồ đường đi trên giấy mời
- Lắp các biển chỉ dẫn tạm thời tại khu vực (bãi xe tới cửa, từ cửa tới địa điểm tổ chức...)
- Bố trí người hướng dẫn, chỉ đường
- Chủ nhà có thể trực tiếp đón khách trong khoảng thời gian đầu
- Bố trí đồng nghiệp, trợ lý cao cấp cùng đứng đón và hộ tống khách vào phòng.

Đón tiếp khách VIPs

- Tự mời hoặc nhờ người mời khách VIP đến sự kiện
- Gửi trước nội dung chương trình và các “đặt hàng” cho khách VIP
- Vào ngày diễn ra sự kiện nên tới tận nơi để đón khách VIP
- Bố trí phòng riêng cho khách VIPs chờ trước khi sự kiện chính diễn ra
- Cử người nắm rõ các khách VIPs, phục vụ các khách VIPs trong phòng đó
- Cử người khéo léo tháp tùng khách VIP trong lúc diễn ra sự kiện để tránh VIP bị “cô lập” hoặc bị “bao vây”.

Một số lưu ý để thực hiện quá trình check-in sự kiện được thuận lợi:

Có rất nhiều vấn đề cần thảo luận để có một quá trình check-in suôn sẻ và những điều đó sẽ thay đổi từ sự kiện này sang sự kiện khác. Nó không thể phân chia rạch ròi thành 10 bước cụ thể, tuy nhiên chúng ta sẽ chia nhỏ thành 10 yếu tố chính đóng vai trò quan trọng trong việc check-in tại chỗ thành công. Hãy lưu ý những điều này để việc lập kế hoạch sự kiện trở nên đơn giản hơn. Những người tham dự sẽ cảm thấy vui vẻ, thoải mái hơn.

1. Viết ra tất cả các chi tiết cần có cho check-in

Bao gồm mọi chi tiết về việc check-in tại chỗ sẽ diễn ra như thế nào. Điều này được hiểu là: vật dụng nào cần thiết, số lượng cổng check-in và thiết kế cổng check-in ra sao, số lượng và vai trò của nhân viên/Tình nguyện viên hoặc người giám sát cho mỗi cổng, quy định check-in đối với người tham dự (các loại vé khác nhau), v.v... Người tổ chức phải chắc chắn có đầy đủ nguồn nhân sự cũng như trang thiết bị, tờ rơi, quà tặng... đang tính toán.

2. Thiết lập sơ đồ khu vực check-in

Xây dựng sơ đồ khu vực check-in theo tỷ lệ so với địa điểm thực tế và sử dụng bản bản đồ mới nhất mà địa điểm cung cấp. Điều này sẽ giúp hình dung quy trình một cách rõ ràng hơn và nhận ra những vật dụng có thể cần thuê (ghế phụ, bàn, bảng hiệu, v.v.) cho sự kiện.

3. Nhận được sự chấp thuận

Việc thăm dò và lấy ý kiến của ban quản lý địa điểm cho việc thiết lập sơ đồ khu vực check sẽ giúp hạn chế được nhiều rủi ro. Bởi ban quản lý có thể chia sẻ bài học kinh nghiệm từ các sự kiện đã từng tổ chức trước đó như: những cách bố trí nào đã thành công hoặc bố trí nào chưa hoạt động tốt. Hãy hỏi họ về quy định, yêu cầu thậm chí là những hỗ trợ liên quan đến phòng cháy chữa cháy để đảm bảo việc sắp xếp tổ chức sự kiện là an toàn, phù hợp.

Bên cạnh đó, cần đảm bảo sơ đồ khu vực check-in của là “khớp” với bố cục tổng thể chung để đảm bảo quy trình check in sẽ không có bất kỳ ảnh hưởng nào đến quy trình chung của sự kiện.

4. Tình nguyện viên

Hầu hết việc check-in trong sự kiện thường được thực hiện bởi các tình nguyện viên/cộng tác viên (crew/helper). Cần tuyển dụng và đào tạo họ từ sớm, việc đánh giá và chọn lọc được những người có năng lực tốt sẽ giúp cho việc check-in đạt hiệu quả cao. Sẽ luôn có một số hoạt động bị hủy bỏ vào phút cuối và luôn có những điều phát sinh tại chỗ, thậm chí là nhân sự chính bỗng chốc xin nghỉ vì những lý do cá nhân (!) Vì vậy, khi tuyển dụng cần tuyển nhiều hơn số lượng bạn dự kiến ban đầu.

Nếu công việc check-in kéo dài và cần chia ca, hãy lập kế hoạch có khoảng thời gian trùng giữa 2 ca để khi tình nguyện viên mới đến, các tình nguyện viên trước có thể huấn luyện họ trước khi rời đi. Khuyến khích tình

nguyện viên tham gia các ca và hãy cho họ quyền tham gia vào sự kiện khi họ đã làm xong việc, điều này sẽ giúp họ có động lực và nghiêm túc trong quá trình làm việc.

5. Truyền thông trước sự kiện

Tùy vào quy mô, tính chất sự kiện mà bạn cần thông báo những thông tin cần thiết cho việc check-in với người tham dự. Hãy chắc chắn để họ nắm được những thông tin bao gồm: địa điểm tổ chức, bất kỳ hướng dẫn đặc biệt nào về cách đến nếu cần, thời gian mở cửa check-in, thời gian bắt đầu sự kiện, thời gian kết thúc check-in, người tham dự cần mang theo những gì để check-in (vé, code v.v. .), thông tin người tham dự cần check-in (căn cước công dân, tên công ty, v.v.)

Cần gửi đầy đủ các thông tin cần thiết đến tình nguyện viên như họ cần đi đâu khi tới nơi, họ cần gặp ai, báo cáo với ai, vai trò của họ và thời gian chính xác của ca làm việc... Cung cấp cho tình nguyện viên tất cả thông tin mà họ cần trước sự kiện để họ có thể làm việc ngay khi đến nơi hoặc nắm bắt công việc nhanh chóng khi được đào tạo.

6. Biển báo

Nếu địa điểm rộng và có nhiều hướng/cửa nhưng chỉ một số được sử dụng làm lối vào (gần cổng check-in), cần có bảng chỉ dẫn nơi check-in. Nếu phân chia check-in các loại vé khác nhau ở các cổng khác nhau hãy tạo bảng chỉ dẫn cụ thể cho khách tham dự để họ không bị nhầm lẫn. Hãy nhớ rằng nơi check-in sẽ là khu vực đông đúc nên các biển báo có thể đọc được từ trên cao sẽ tốt hơn các biển báo ngang tầm mắt hoặc trên mặt đất.

7. Chuẩn bị sẵn sàng – huy hiệu/ biển tên trống hoặc vòng tay

Khi in các huy hiệu/nametag có tên khách tham dự theo danh sách có trước sự kiện hãy đặt hàng thêm các huy hiệu/name tag trống. Bởi vì sẽ có thêm những người đăng ký trực tiếp tại sự kiện hoặc khách tham dự sẽ chuyển vé của họ cho một người tham dự mới, khi đó có thể in thông tin cập nhật lên nhãn rõ ràng và dán lên các huy hiệu trống thật nhanh chóng.

Một số sự kiện khách tham dự khi check-in sẽ được nhận vòng tay tùy theo các loại vé khác nhau, cần in dư so với số lượng dự kiến (dựa vào sức chứa

tối đa của mỗi zone tương ứng với mỗi loại vé) để đảm bảo vòng tay luôn đủ cho tất cả những người tham dự.

8. Lối đi riêng cho VIP (nghệ sĩ, diễn giả, nhà tài trợ, phóng viên...)

Tùy vào tính chất chương trình/mức độ cấp thiết mà cần cân nhắc việc thiết lập một lối check-in riêng cho VIP. Một số nghệ sĩ, diễn giả sẽ xuất hiện gần với thời gian biểu diễn/điễn thuyết của họ và cần phải đưa họ vào khu vực hậu đài một cách nhanh chóng bằng lối đi riêng, tránh gây hỗn loạn bởi sự cuồng nhiệt của đám đông khi thấy người nổi tiếng xuất hiện.

Một lối đi riêng cho các nhà tài trợ/phóng viên cũng rất hữu ích vì họ rất có thể check-in vào những thời điểm khác với những người tham dự chung. Bên cạnh đó thiết lập lối check-in riêng cho nhà tài trợ/phóng viên cũng giúp chia sẻ bất kỳ thông tin cụ thể nào mà muốn nói riêng cho họ khi họ check-in.

9. Người hỗ trợ cho nghệ sĩ/điễn giả

“Artist/speaker runner” là người có công việc đón và hộ tống các nghệ sĩ/điễn giả từ cổng (riêng) đến phòng chờ thuộc khu vực hậu đài. Cần sắp xếp ít nhất 1 người cho 1 nghệ sĩ/điễn giả để người này có thể liên lạc với ekip, để những người phụ trách chương trình biết những ai đã đến và sẵn sàng. Có người hộ tống nghệ sĩ/điễn giả đến phòng chờ để đảm bảo họ không bị lạc hoặc bị phân tâm, có thể tìm thấy phòng và giữ đúng lịch trình nếu thời gian đang gấp rút.

10. Bàn hỗ trợ

Cần có bàn hỗ trợ dành riêng cho khách tham dự – nơi giải đáp tất cả các vấn đề của người tham dự như: cần tìm huy hiệu/vé/vòng tay của họ, cần thay đổi thông tin trên huy hiệu, cần chuyển vé cho người tham dự mới, tìm kiếm đồ cá nhân, tìm kiếm người thân... hoặc bất cứ câu hỏi hay yêu cầu chi tiết nào.

Có một bàn dành riêng cho những yêu cầu này sẽ giúp phần check-in còn lại diễn ra suôn sẻ. Người đứng ở bàn hỗ trợ nên là người quản lý check-in hoặc người quản lý vé. Trong hầu hết các trường hợp, người này sẽ hiểu rất kỹ về các vấn đề có thể phát sinh và sẽ có thể nhanh chóng giúp đỡ những người tham dự.

11. Hậu cần

Các vấn đề liên quan đến hỗ trợ cho công việc check-in. Ví dụ nếu check-in sử dụng công nghệ sẽ luôn cần kỹ thuật viên xử lý các tình huống xảy ra, và các hạ tầng công nghệ cần chuẩn bị đảm bảo cho việc check-in suôn sẻ. Hay như cần chuẩn bị thùng rác để khách có thể bỏ chai nước, vỏ bánh, hoặc các đồ không được mang vào sự kiện. Các vật dụng khác cũng có thể cần dùng đến như ô che nắng, loa cầm tay, loa di động...

12. An ninh

Vì khu check-in dễ có tình trạng lộn xộn, chen lấn xô đẩy cũng như là cánh cổng duy nhất đảm bảo an toàn bước đầu cho sự kiện vì thế an ninh cần được thắt chặt để kiểm soát các vật dụng mang vào sự kiện, ngoài ra đảm bảo được các vấn đề trật tự trong quá trình check-in.

4.1.2. Khai mạc sự kiện

Ngạn ngữ nước ngoài có câu: Chuẩn bị tốt là thành công một nửa. Vì thế, trước giờ khai mạc nhà tổ chức sự kiện cần kiểm tra lại lần cuối sự sẵn sàng của tất cả các khâu đúng theo kế hoạch kịch bản.

Nội dung công việc giai đoạn này gồm có:

Kiểm tra khâu chuẩn bị không gian bên ngoài sự kiện: Đây là không gian tạo cảm nhận đầu tiên của khách mời đối với sự kiện, nên cần tổ chức các hoạt động phô trương phù hợp và tinh tế nhằm tạo không khí sự kiện(đèn chiếu, đèn quét sáng bầu trời/ thả diều, thả bóng có in biểu tượng/ âm thanh, nhạc điệu, ca múa chào mừng....).

Kiểm tra sự sẵn sàng cơ sở vật chất và nhân viên lễ tân đón khách: Bố trí bàn đón tiếp trang trọng, lịch sự phù hợp với loại sự kiện và quy tắc xã giao. Đội ngũ lễ tân/ PG được phân công đón khách với trang phục đúng kịch bản sẵn sàng tại khu vực đón khách. Các khách VIP sẽ được đại diện ban tổ chức trực tiếp đón. Phân công người đi kèm hướng dẫn các vị khách đặc biệt (theo kế hoạch). Một số trường hợp, khâu tiếp đón khách VIP phải bắt đầu ngay từ khi khách mời đặt chân tới đầu mối giao thông địa phương- nơi sự kiện diễn ra để thể hiện sự hiếu khách của sự kiện và an ninh cho khách mời.

Triển khai đón tiếp khách tại nơi sự kiện diễn ra

Ấn tượng đầu tiên thực sự quan trọng, nên cần được tiến hành một cách chu đáo. Trước hết, nhân viên lễ tân mời khách vào khu vực lễ tân và hướng dẫn khách làm các thủ tục đăng ký ban đầu (đăng ký thông tin/ nhận name card, phát thẻ đeo, tài liệu, quà cho khách....), sau đó, hướng dẫn khách và khu vực chính xác số lượng khách mời thực tế đến và báo cáo số liệu này cho bộ phận điều hành và MC. Lưu ý công tác này phải luôn được cập nhật nếu có khách mời đến muộn.

Đối với các sự kiện lớn, có thể có những lễ khai mạc riêng (có thể xem như một sự kiện tương đối độc lập), còn đối với các sự kiện nhỏ, các công việc có liên quan đến khai mạc sự kiện bao gồm:

1. Ổn định vị trí cho các thành viên, khách mời tham gia sự kiện:
 - Tạo sự thuận lợi, thoải mái cho khách mời tham gia sự kiện
 - Tạo không khí sẵn sàng tham dự vào sự kiện
2. Tiến hành khai mạc sự kiện theo kế hoạch đã dự kiến:
 - Tiến hành khai mạc sự kiện theo kế hoạch đã thống nhất
 - Gây được ấn tượng ban đầu tốt đẹp đối với khách mời và các thành viên tham gia sự kiện
3. Xử lý các tình huống phát sinh:
 - Nhanh chóng nhận biết tình huống phát sinh ngoài dự kiến
 - Xác định mức độ ảnh hưởng của tình huống phát sinh đến sự kiện
 - Tập trung ưu tiên giải quyết tình huống
 - Phối hợp giải quyết tình huống
 - Xử lý tình huống một cách hợp lý đối với từng tình huống.

Bảng 4.1. Một số tình huống trong tổ chức khai mạc sự kiện

Khai mạc trễ chương trình

Event thông báo là sẽ diễn ra lúc 8h, nhưng mãi đến 8h30 cũng mới có lèo tèo vài người đến - điều này thường xuyên xảy ra như "chuyện thường ngày ở huyện", nhất là ở Việt Nam. Luôn có những vị khách luôn đến trễ trong các sự kiện và họ gây cho bạn nhiều phiền toái: phải chờ đợi họ tới đông đủ để bắt đầu chương trình, việc đóng mở cửa, đi ra đi vào hay kéo ghế kê bàn... để tiếp

đón những vị khách đến trễ gây ảnh hưởng đến không khí chung của sự kiện, nhất là trong các buổi hội thảo trang trọng.

Nhiều người làm Event thường chọn cách khắc phục là hẹn "trừ hao". Chẳng hạn chương trình diễn ra lúc 8h30 thì họ sẽ hẹn khách từ 7h30 đến 8h để chờ họ đến trễ là vừa. Đây là hạ sách vì vô hình chung tạo ra cho người tham dự một thói quen là đến trễ nửa tiếng so với giờ hẹn của Ban tổ chức vì họ tự nhủ: "Người ta mời 8h vậy thôi chứ chắc chắn 8h30 mới bắt đầu".

Một cách tốt hơn, đó là bạn ghi chú rõ thời gian diễn ra chương trình trong thư mời, chẳng hạn "Từ 8h00 - 8h30: Đón khách, 8h30 - 8h35: Khai mạc chương trình". Khách sẽ hiểu rằng bạn sẽ áp dụng đúng lịch trình này nên họ sắp xếp để tới trước thời gian diễn ra chương trình. Một cách khác, đó là bạn dành khoảng 10 - 15 phút đầu chương trình cho một tiết mục trò chơi nhỏ, giao lưu, làm quen... giữa các khán giả với nhau, vừa làm nóng chương trình lại vừa "nấn ná" một cách hợp lệ để chờ đợi những người tới hơi trễ một chút.

Nguồn: Event Channel

4.2. ĐIỀU HÀNH DIỄN BIẾN CỦA SỰ KIỆN

Các công việc có liên quan đến điều hành sự kiện bao gồm điều hành sân khấu, điều hành việc quản lý khách mời và khán giả, điều hành các hoạt động phụ trợ, điều hành hoạt động ăn uống, điều hành bố trí sự kiện và quản lý khách rời địa điểm và tổ chức hoạt động tiễn khách.

4.2.1. Điều hành sân khấu/ khu vực trình diễn/ khu vực thi đấu

1. Kiểm tra, hoàn tất công tác chuẩn bị có liên quan đến sân khấu/ khu vực trình diễn/ khu vực thi đấu:

- Kiểm tra công tác chuẩn bị theo danh mục/ danh sách kiểm tra (check list)
- Hoàn tất các công việc chuẩn bị còn lại

2. Theo dõi diễn biến chính của sự kiện theo chương trình/ kịch bản:

- Theo dõi diễn biến chính của sự kiện theo lịch trình thời gian (tiến độ) đã có
- Báo cáo với người có trách nhiệm nếu có những bất thường xảy ra

3. Điều hành các thành viên tham gia trình diễn một cách có hiệu quả

4. Phối hợp trong việc xử lý các sự cố (nếu có):

- Nhanh chóng nhận biết tình huống phát sinh ngoài dự kiến
- Xác định mức độ ảnh hưởng của tình huống phát sinh đến sự kiện
- Tập trung ưu tiên giải quyết tình huống
- Phối hợp giải quyết tình huống
- Xử lý tình huống một cách hợp lý đối với từng tình huống cụ thể

5. Lập báo cáo có liên quan đến nội dung sâu khấu/ khu vực trình diễn:

- Chuẩn bị đầy đủ các mẫu biểu hoặc các danh sách kiểm tra có liên quan
- Hoàn thành các báo cáo theo yêu cầu của nhà quản lý sự kiện

4.2.2. Điều hành, quản lý khán giả và khách mời

1. Kiểm tra, hoàn tất việc chuẩn bị liên quan đến khách mời và khán giả trong sự kiện:

- Kiểm tra công tác chuẩn bị theo danh mục/ danh sách kiểm tra (check list)

- Hoàn tất các công việc chuẩn bị còn lại

2. Phân công nhiệm vụ theo dõi, giám sát khán giả và khách mời.

3. Kiểm tra, giám sát các diễn biến của khán giả và khách mời để phản hồi kịp thời cho nhà quản lý sự kiện:

- Kiểm tra, giám sát đầy đủ các diễn biến của khán giả và khách mời
- Báo cáo với người có trách nhiệm nếu có những bất thường xảy ra

4. Hướng dẫn khách mời/ khán giả tham gia vào các nội dung của sự kiện nhằm đạt được mục tiêu của sự kiện.

5. Phối hợp trong việc giải quyết các tình huống phát sinh liên quan đến khách mời/ khán giả:

- Nhanh chóng nhận biết tình huống phát sinh ngoài dự kiến
- Xác định mức độ ảnh hưởng của tình huống phát sinh đến sự kiện
- Tập trung ưu tiên giải quyết tình huống
- Phối hợp giải quyết tình huống
- Xử lý tình huống một cách hợp lý đối với từng tình huống cụ thể

6. Lập báo cáo về các nội dung liên quan đến khách mời/ khán giả:

- Chuẩn bị đầy đủ các mẫu biểu hoặc các danh sách kiểm tra có liên quan
- Hoàn thành các báo cáo theo yêu cầu của nhà quản lý sự kiện

4.2.3. Kiểm soát hoạt động dẫn chương trình và diễn giả

Các bước cần thực hiện với người dẫn chương trình/ diễn giả:

1. Thống nhất kịch bản với người dẫn chương trình/ diễn giả

2. Kiểm soát nội dung bài phát biểu/ nội dung cơ bản của người dẫn chương trình:

- Chuẩn bị bản in nội dung bài phát biểu
- Xin phê duyệt của nhà đầu tư sự kiện/ trưởng ban tổ chức sự kiện

3. Kiểm tra diễn tập (nếu cần thiết với các sự kiện quan trọng):

- Kiểm tra, đánh giá chính xác hoạt động của diễn giả/ người dẫn chương trình
- Diễn tập (nếu cần thiết với sự kiện quan trọng)

4. Chuẩn bị các phương án dự phòng:

- Chuẩn bị nội dung dự phòng
- Chuẩn bị các nội dung khi triển khai không đúng tiến độ
- Chuẩn bị người thay thế (cho người dẫn chương trình/ diễn giả)
- Trao đổi thống nhất nội dung với người dự bị

5. Giám sát, nhắc nhở người dẫn chương trình/ diễn giả theo đúng nội dung/ kế hoạch tổ chức sự kiện:

- Kiểm tra, giám sát đầy đủ các diễn biến của người dẫn chương trình/ diễn giả

- Theo dõi phản ứng của các thành viên tham gia sự kiện

- Báo cáo với người có trách nhiệm nếu có những bất thường xảy ra

6. Phối hợp xử lý các tình huống phát sinh liên quan đến người dẫn chương trình và diễn giả:

- Nhanh chóng nhận biết tình huống phát sinh ngoài dự kiến

- Xác định mức độ ảnh hưởng của tình huống phát sinh đến sự kiện

- Tập trung ưu tiên giải quyết tình huống
- Phối hợp giải quyết tình huống
- Xử lý tình huống một cách hợp lý đối với từng tình huống cụ thể

7. Lập báo cáo về các nội dung liên quan đến người dẫn chương trình và diễn giả:

- Chuẩn bị đầy đủ các mẫu biểu hoặc các danh sách kiểm tra có liên quan
- Hoàn thành các báo cáo theo yêu cầu của nhà quản lý sự kiện

4.2.4. Điều hành các hoạt động phụ trợ

1. Xác định đầy đủ danh mục các; hoạt động phụ trợ cho sự kiện (Biểu diễn nghệ thuật, giao lưu, tặng quà, hoạt náo, tham quan...)

2. Kiểm tra công tác chuẩn bị cho các hoạt động phụ trợ:

- Kiểm tra công tác chuẩn bị theo danh mục/ danh sách kiểm tra (check list)
- Hoàn tất các công việc chuẩn bị còn lại

3. Phân công nhiệm vụ điều hành, tổ chức các hoạt động phụ trợ

4. Tiến hành triển khai các hoạt động phụ trợ:

- Kiểm tra, giám sát đầy đủ quá trình triển khai các hoạt động phụ trợ
- Hướng dẫn điều hành triển khai

- Báo cáo với người có trách nhiệm nếu có những bất thường xảy ra (vượt quá phạm vi trách nhiệm)

5. Phối hợp giải quyết các tình huống phát sinh:

- Nhanh chóng nhận biết tình huống phát sinh ngoài dự kiến
- Xác định mức độ ảnh hưởng của tình huống phát sinh đến sự kiện
- Tập trung ưu tiên giải quyết tình huống
- Phối hợp giải quyết tình huống
- Xử lý tình huống một cách hợp lý đối với từng tình huống cụ thể

6. Lập báo cáo về các hoạt động phụ trợ trong sự kiện:

- Chuẩn bị đầy đủ các mẫu biểu hoặc các danh sách kiểm tra có liên quan

- Hoàn thành các báo cáo theo yêu cầu của nhà quản lý sự kiện

4.2.5. Điều hành hoạt động ăn uống

- Kiểm soát việc thực hiện thực đơn của các nhà cung ứng dịch vụ ăn uống theo tiêu chuẩn đã xây dựng.
- Thông báo chính xác địa điểm và thời gian bữa ăn của đoàn khách.
- Thông báo rõ ràng thực đơn của bữa ăn.
- Phản hồi chất lượng và cách thức phục vụ bữa ăn cho đơn vị phục vụ.

4.2.6. Điều hành bế mạc sự kiện

- Phối hợp triển khai bế mạc sự kiện theo kế hoạch đã định.
- Các hoạt động tri ân, tặng quà lưu niệm, phần thưởng, gửi tài liệu (kỷ yếu, báo cáo về sự kiện hoặc thông tin mà nhà đầu tư sự kiện muốn truyền tải).

4.2.7. Quản lý khách rời địa điểm tổ chức sự kiện và tổ chức tiễn khách

- Kiểm soát khách rời địa điểm tổ chức sự kiện nhanh chóng và an toàn.
- Tiễn khách rời lễ bế mạc sự kiện.
- Tổ chức vận chuyển khách sự kiện về cơ sở lưu trú và từ khách sạn ra đầu mối giao thông (sân bay, nhà ga....). Cảm ơn và chia tay khách.

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 4

1. Liệt kê các yếu tố cơ bản trong trình diễn sự kiện.
2. Phân tích các nội dung cơ bản trong tổ chức khai mạc sự kiện.
3. Mô tả các nội dung cơ bản trong điều hành diễn biến của sự kiện
4. Trình bày một số tình huống liên quan đến khách mời

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 4

- [1]. N. V. Hà, *Tổ chức sự kiện*, Trường CĐ Du Lịch, Hà Nội, 2009.
- [2]. L.V. Nghiêm, *Tổ chức sự kiện*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2007

Chương 5

TỔNG KẾT ĐÁNH GIÁ SỰ KIỆN

NỘI DUNG CHÍNH:

- Thanh quyết toán sự kiện
- Đánh giá, tổng kết rút kinh nghiệm
- Lập bảng tổng kết đánh giá sự kiện

5.1. THANH QUYẾT TOÁN SỰ KIỆN

5.1.1. Thanh quyết toán với khách hàng

Tổng hợp về các khoản chi phí trong sự kiện:

Tập hợp và diễn giải đầy đủ tất cả các chi phí phát sinh thực tế trong sự kiện

- Địa điểm
- Ngày tháng
- Tên người quản lý chi/ người chi
- Khoản tiền chi
- Lý do chi

Thanh toán với chủ đầu tư sự kiện:

- Kiểm tra lại chi tiết các điều khoản về thanh toán trong hợp đồng thuê dịch vụ tổ chức sự kiện

- Tập hợp đầy đủ các hóa đơn, chứng từ, giấy xác nhận dịch vụ đã sử dụng, hợp đồng cung ứng dịch vụ... có liên quan

- Thương lượng giải quyết các khoản chi phí chưa thống nhất/ hoặc các khoản chi phí phát sinh ngoài dự toán ngân sách

- Thanh toán với chủ đầu tư sự kiện

5.1.2. Thanh quyết toán với nhà cung cấp

Thanh toán với các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ cho sự kiện (lưu trú, ăn uống, vận chuyển...) và các đối tác khác tham gia tổ chức sự kiện:

- Kiểm tra lại chi tiết các điều khoản về thanh toán/ chất lượng dịch vụ trong hợp đồng cung ứng dịch vụ
- Xem xét kỹ lưỡng, chi tiết các hóa đơn, chứng từ, giấy xác nhận dịch vụ đã sử dụng, hợp đồng cung ứng dịch vụ... có liên quan
- Thương lượng giải quyết các khoản chi phí chưa thống nhất/ hoặc các khoản chi phí phát sinh ngoài dự toán ngân sách
- Thanh toán với các nhà cung ứng dịch vụ hỗ trợ cho sự kiện (lưu trú, ăn uống, vận chuyển...) và các đối tác khác tham gia tổ chức sự kiện

5.2. ĐÁNH GIÁ, TỔNG KẾT RÚT KINH NGHIỆM

Sau khi sự kiện kết thúc, nhà tổ chức sự kiện cần lập danh mục các công việc phải hoàn thành cho các giai đoạn này và kiểm soát nó một cách thỏa đáng. Danh mục các công việc chính bao gồm:

- Tổ chức họp tổng kết và tiếp nhận phản hồi của các bên liên quan.
- Giải quyết các khoản thu-chi và chuẩn bị giải trình, kiểm toán.
- Thực hiện đầy đủ nghĩa vụ hợp đồng theo luật định.
- Cảm ơn nhân viên/TNV, những người tham gia tài trợ.
- Chuẩn bị báo cáo đầy đủ về kết quả sự kiện cho các bên liên quan. Đề xuất các kiến nghị để cải tiến sự kiện trong tương lai.

a) Quan niệm và mục đích đánh giá sự kiện

Đánh giá sự kiện là tiến trình của việc quan sát, đo lường và giám sát việc triển khai thực hiện một sự kiện nhằm đánh giá kết quả của sự kiện một cách chính xác. Việc đánh giá sự kiện cho phép tạo ra hồ sơ sự kiện, phác thảo những đặc tính cơ bản và những số liệu thống kê quan trọng của sự kiện. Đồng thời, công tác này cũng cho phép phản hồi thông tin cho các bên liên quan và công cụ phân tích và cải tiến. Mục đích của đánh giá dự án sự kiện là so sánh và đánh giá tiến độ thực tế của dự án với kế hoạch dự án sự kiện; đánh giá tính linh hoạt về khả năng của hệ thống ứng phó với thay đổi; đánh giá tính kịp thời của các báo cáo; đánh giá hiệu quả của các quyết định quản lý; so sánh các mốc kế hoạch với thực tế.

Tiến trình quản trị sự kiện là một chu trình, trong đó việc thu thập và phân tích dữ liệu từ một sự kiện cho phép cải thiện các quyết định, các kế hoạch và hiệu quả của những sự kiện trong tương lai. Điều này được áp dụng đối với cả những sự kiện riêng lẻ và sự kiện lặp lại, tức là các bài học được rút ra từ một sự kiện khác có thể được kết hợp trong việc lập các kế hoạch sự kiện tiếp theo. Nó cũng được áp dụng đối với kiến thức chung về sự kiện, tức là các bài học kinh nghiệm từ những sự kiện riêng lẻ sẽ đóng góp vào nâng cao sự hiểu biết tổng thể và hiệu quả của ngành sự kiện.

Những đổi mới trong marketing, lập chương trình, dàn dựng, cũng như cải thiện các vấn đề thuộc về hoạt động kiểm soát đám đông, quản lý rủi ro và an ninh đã nhanh chóng dậy sóng trong ngành sự kiện, được chấp nhận và sử dụng phổ biến. Đôi khi, việc chuyển giao kiến thức diễn ra thông qua sự chuyển dịch nhân sự kiện.

b) Phương pháp đánh giá sự kiện

Getz (1997) đã xác định ba thời kỳ chính thật sự hữu ích để tiến hành đánh giá là thăm định trước sự kiện, giám sát sự kiện và đánh giá sau sự kiện:

Thăm định trước sự kiện:

Thăm định một số nhân tố chi phối một sự kiện thường diễn ra trong giai đoạn nghiên cứu và lập kế hoạch. việc thăm định này đôi khi được xem như là một nghiên cứu khả thi và được sử dụng để xác định mức độ nguồn lực mà một sự kiện có thể đòi hỏi và có hay không có nó để tiếp tục sự kiện. Nghiên cứu có thể bao gồm nghiên cứu thị trường về phản ứng của khán giả có thể xảy ra đối với sự kiện và một số nghiên cứu sâu về dự báo số lượng tham dự, chi phí và lợi ích. Nó thường được so sánh với hồ sơ và kết quả của những sự kiện tương tự trước đó. Nghiên cứu có thể dẫn đến việc thiết lập các mục tiêu hoặc điểm chuẩn để đo lường sự thành công của một dự án.

Giám sát sự kiện:

Giám sát sự kiện là quá trình theo dõi tiến trình của một sự kiện qua các giai đoạn thực hiện khác nhau, qua đó cho phép điều chỉnh các yếu tố chi phối. Việc bán vé được xem như là chậm chạp nhất đối với một sự kiện là một ví dụ, điều này dẫn đến việc tăng cường quảng cáo hay một nỗ lực quảng bá lớn hơn. Kiểm soát ngân sách có thể dẫn đến việc cắt giảm chi phí hoặc giải ngân cho các

mục chi phí khác. Giám sát trong suốt sự kiện có thể dẫn đến những thay đổi để cải thiện việc phân phối sự kiện, chẳng hạn, điều chỉnh âm lượng hay làm thay đổi sự phân tán của lực lượng an ninh và nhân viên vệ sinh để phù hợp với mô hình thay đổi của đám đông. Tiến trình giám sát là quan trọng để kiểm soát chất lượng và cung cấp thông tin có giá trị cho việc đánh giá cuối cùng và cho các mục tiêu lập kế hoạch trong tương lai.

Đánh giá sau sự kiện:

Phổ biến nhất của công tác đánh giá là đánh giá sau khi sự kiện kết thúc, bao gồm thu thập dữ liệu thống kê và phân tích chúng trong mối quan hệ với sứ mệnh và mục tiêu của sự kiện. Chỉ số hiệu suất cơ bản (Key Performance Indicators- KPIs) đôi khi cũng được sử dụng để đánh giá sự thành công của sự kiện. Cuộc họp tổng kết với sự tham gia của sự kiện. Cuộc họp tổng kết với sự tham gia của các thành viên chủ chốt và các bên có liên quan, để trao đổi những điểm mạnh và điểm yếu trong tổ chức sự kiện. Đánh giá sau sự kiện, cũng có thể bao gồm điều tra bằng bảng hỏi đối với khán giả và người tham gia dự sự kiện, để thăm dò ý kiến của họ về sự trải nghiệm và đo lường mức độ hài lòng của họ với sự kiện.

c) Báo cáo đánh giá sự kiện

Khi thông tin đã được kiểm tra, so sánh và đối chiếu từ thu thập dữ liệu quan sát, những cuộc họp phản hồi và những cuộc điều tra thì nên hoàn thành một báo cáo đánh giá sự kiện cuối cùng và gửi đến cho tất cả các bên liên quan.

Đơn vị chủ nhà sự kiện sẽ muốn biết những gì mà sự kiện đạt được:

Sự kiện thực hiện đúng ngân sách dự toán và đúng thời gian không?

Sự kiện có đạt được mục tiêu đặt ra không?

Bao nhiêu người tham dự và mong đợi của họ được đáp ứng không? Đối với lập kế hoạch cho sự kiện tương tự trong tương lai, có thể sẽ hữu ích nếu biết được khách đến từ đâu? Bằng cách nào họ biết đến sự kiện?. Họ có ý định quay trở lại sự kiện vào những năm tiếp theo hay không?

Các nhà tài trợ sự kiện sẽ có những thước đo khác:

Mức độ nhận thức của khách hàng về sản phẩm hoặc dịch vụ của họ có gia tăng qua sự kiện không?

Các quảng cáo đã đạt đến sự thâm nhập nào?

Sự kiện tạo ra độ bao phủ trên truyền thông đại chúng như thế nào?

Sơ lược tiểu sử của những người tham dự sự kiện?

Các cơ quan tài trợ cho sự kiện sẽ có những thủ tục hoàn trả nợ và thường yêu cầu kiểm toán các báo cáo tài chính về thu nhập và chi tiêu cùng với báo cáo về kết quả tác động về văn hóa- xã hội và thể thao của sự kiện.

Hội đồng cơ quan quản lý du lịch có thể muốn biết về số lượng du khách được thu hút đến khu vực và những gì họ chi tiêu, không chỉ cho sự kiện mà còn cho việc đi lại, mua sắm và lưu trú.

Quá trình đánh giá bao gồm các công việc sau:

1. Lập các báo cáo về sự kiện theo yêu cầu của hợp đồng tổ chức sự kiện/ của nhà đầu tư sự kiện:

- Thu thập đầy đủ các thông tin có liên quan
- Lập báo cáo chi tiết theo các yêu cầu/ mẫu báo cáo thông dụng
- Gửi, giải trình, điều chỉnh báo cáo với các đối tác

2. Lập các báo cáo về sự kiện để gửi cho cơ quan quản lý nhà nước/ các cơ quan truyền thông, báo chí:

- Thu thập đầy đủ các thông tin có liên quan
- Lập báo cáo chi tiết theo các yêu cầu/ mẫu báo cáo thông dụng
- Gửi, giải trình, điều chỉnh báo cáo với các đối tác

3. Lập các báo cáo nội bộ (của nhà tổ chức sự kiện):

- Thu thập đầy đủ các thông tin có liên quan
- Lập báo cáo chi tiết theo mẫu của doanh nghiệp tổ chức sự kiện hoặc theo các yêu cầu cụ thể của lãnh đạo.

- Gửi, giải trình, điều chỉnh báo cáo với các đối tác

4. Hoàn tất các mẫu báo cáo cá nhân (nếu có):

- Tập hợp các tài liệu, giấy tờ có liên quan đến công việc cá nhân

- Lập báo cáo chi tiết theo mẫu của doanh nghiệp tổ chức sự kiện hoặc theo các yêu cầu cụ thể của lãnh đạo.

- Gửi, giải trình, điều chỉnh báo cáo với các đối tác

5. Tổng kết công tác tổ chức sự kiện của ban tổ chức sự kiện:

- Tập hợp các loại báo cáo, tài liệu... có liên quan

- Đánh giá

- Tổng kết công tác tổ chức sự kiện

- Rút kinh nghiệm

- Khen thưởng

6. Tổng kết công tác tổ chức sự kiện của nội bộ nhà tổ chức sự kiện:

- Tập hợp các loại báo cáo, tài liệu... có liên quan

- Đánh giá

- Tổng kết công tác tổ chức sự kiện

- Rút kinh nghiệm

- Khen thưởng

5.2.1. Đánh giá tổng kết rút kinh nghiệm với nhà cung cấp

Lập các báo cáo về sự kiện theo yêu cầu của hợp đồng tổ chức sự kiện/của nhà đầu tư sự kiện:

- Thu thập đầy đủ các thông tin có liên quan

- Lập báo cáo chi tiết theo các yêu cầu/ mẫu báo cáo thông dụng

5.2.2. Đánh giá tổng kết rút kinh nghiệm trong nội bộ doanh nghiệp

Lập các báo cáo nội bộ (của nhà tổ chức sự kiện):

- Thu thập đầy đủ các thông tin có liên quan

- Lập báo cáo chi tiết theo mẫu của doanh nghiệp tổ chức sự kiện hoặc theo các yêu cầu cụ thể của lãnh đạo.

- Gửi, giải trình, điều chỉnh báo cáo với các đối tác

5.2.3. Lập bảng tổng kết đánh giá sự kiện

Khi thông tin đã được kiểm tra, so sánh và đối chiếu từ thu thập dữ liệu, quan sát, những cuộc phản hồi và những cuộc điều tra thì nên hoàn thành một báo cáo đánh giá sự kiện cuối cùng và gửi đến cho tất cả các bên liên quan:

Việc đánh giá tổ chức sự kiện nên được thực hiện ngay lập tức sau khi sự kiện đã qua hoặc ngày hôm sau để kịp thời nhìn nhận các thiếu sót vừa xảy ra. Tránh để thời gian quá lâu sẽ dẫn đến tổng kết không đầy đủ, hơn nữa vấn đề không còn “nóng” khiến những người tổ chức và tham gia không còn hứng thú hoặc không nhớ để nói về nó. Sau đây là các bước đánh giá một event:

Bước 1: Thu thập phản hồi từ khách hàng của bạn và những đối tượng liên quan.

Một cách tốt nhận được phản hồi là thông qua bản thông tin phản hồi. Bản câu hỏi không nên có nhiều hơn 10 câu hỏi vì quá nhiều sẽ tạo cảm giác làm phiền người được khảo sát, cho nên chỉ hỏi những câu hỏi liên quan và phục vụ mật thiết nhất cho nhu cầu đánh giá sau sự kiện của bạn.

Tuy nhiên tâm lý chung của người tham dự là làm biếng không muốn điền vào các bản khảo sát một cách tự nguyện, nhất là ở những sự kiện đông người tham dự và không khí khá xô bồ. Để chắc chắn rằng khách hàng của bạn cung cấp cho bạn thông tin phản hồi, có thể đính kèm vé, xem việc điền đầy đủ vào nó như một phần “thủ tục” để nhận quà trước khi ra về hay để bốc thăm trúng thưởng một thứ gì đó.

Bước 2: Dò hỏi ý kiến của khách hàng/cấp trên/nhà tài trợ về mức độ hài lòng của họ sau sự kiện

Chúng ta không phải tổ chức sự kiện cho chính chúng ta, mà có thể cho khách hàng hay công ty chúng ta, vì vậy mức độ hài lòng của khách hàng/cấp trên rất quan trọng. Ngay tại sự kiện, hãy quan sát thái độ của họ, hãy hỏi thăm họ xem có gì cần phải thay đổi, cải thiện nữa không để biết chính xác những gì họ đang nghĩ trong đầu.

Bước 3: Họp ngay sau sự kiện

Tốt nhất nên tiến hành một cuộc họp với các thành viên trong nhóm thực hiện sự kiện đó để cùng đánh giá.. Mọi người có thể thẳng thắn đưa ra các nhìn nhận, góp ý về công tác tổ chức, vừa giúp cả nhóm cùng rút kinh nghiệm cho việc tổ chức sự kiện lần sau, vừa giúp người quản lý sự kiện đó ghi chép và lưu

lại để làm báo cáo, và để gửi cho tất cả những người có liên quan nhằm cùng nhìn nhận về mức độ thành công của sự kiện và có hướng đi phù hợp nhất cho sự kiện lần sau.

Bước 4: Lập bảng tổng kết đánh giá sự kiện với những tiêu chí cần thiết

Việc đánh giá quá trình thực hiện sự kiện cũng được chia ra thành nhiều hạng mục nhỏ. Mỗi hạng mục này được đánh giá trên ba tiêu chí sau :

Thời gian thực hiện theo kế hoạch

Mức độ phối hợp với các bộ phận khác

Các sai sót xuất hiện trong quá trình thực hiện

Chúng ta có thể đánh giá theo thang điểm 1 đến 5 hoặc “Tốt, trung bình, kém”, bên cạnh đó đưa ra các nhận xét mang tính định tính. Bảng tổng kết này thường bao gồm các tiêu chí như liệt kê ở phía sau đây:

1. Mức độ mà các mục tiêu truyền thông quảng cáo và sự kiện đã đạt được.

(Sự kiện được tổ chức nhằm mục đích nhằm giới thiệu rộng rãi sản phẩm mới, làm đẹp hình ảnh cho công ty, hay thu hút nhiều người tham dự để bán vé..., sau sự kiện có đạt được mục tiêu đó hay không, % đạt được?)

Thông tin phản hồi sau chương trình :

- Số lượng khách tham gia
- Thành phần khách tham gia
- Tỷ lệ hợp đồng được ký
- Tỷ lệ đăng ký trò chơi
- Mức độ nhận biết sản phẩm/thương hiệu

Sau chương trình, ban tổ chức sự kiện cần có kế hoạch thu thập những ý kiến phản hồi. Chính những thông tin này sẽ giúp cho ban tổ chức hiểu thêm được những cảm nhận của khách tham dự và chuyên gia thực hiện chương trình. Những thông tin này sau khi thu thập sẽ được xử lý và viết thành một bản báo cáo đánh giá sự kiện, thường gọi là :“General report”.

Thông tin từ phía khách tham dự có thể gồm những nội dung như sau:

Độ nhận biết về thương hiệu

Cảm nhận về sự kiện

Kiến thức về sản phẩm có được

Tình cảm của khách tham dự dành cho thương hiệu

Thông tin từ phía chuyên gia tham dự chương trình: nhận xét về cách tổ chức chương trình, cảm nhận về sự kiện và những đóng góp cho chương trình.

- Mức độ lan tỏa của sự kiện :

Mức độ lan tỏa của sự kiện có thể đo bằng các phương tiện truyền thông như số lượng bài báo, số lượng tin được đưa trên truyền hình và dư luận về sự kiện đó. Một sự kiện độc đáo thường gây sự chú ý rất nhiều với giới báo chí. Chính vì thế mà ngoài các bài báo PR đã được sắp đặt trước, thì những bài báo tìm hiểu thêm về sự kiện đôi khi sẽ là yếu tố kích thích làm cho dư luận ngày càng quan tâm đến sự kiện. Xét về mặt lý tưởng thì việc thu hút giới truyền thông đưa tin cho sự kiện của mình một cách tự nguyện và liên tục là tốt nhất. Tuy nhiên chúng ta cũng cần chú ý kiểm soát thông tin trong giai đoạn này, tránh khủng hoảng về thông tin. Bên cạnh số lượng các bài báo, số lượng tin đưa trên truyền hình, người đánh giá sự kiện cần quan tâm đến chất lượng của những thông tin truyền thông này. Đây có thể là những nguyên liệu tốt nhất hỗ trợ cho việc xây dựng thương hiệu hiệu quả. Vấn đề ở đây là người làm thương hiệu cần chọn lọc những thông tin đó một cách hợp lý.

Nhận thức của khách hàng về thương hiệu và doanh số bán :

Hai tiêu chí này sẽ được đánh giá dựa trên 3 mốc thời gian chủ sau:

Trước khi sự kiện tổ chức

Trong khi sự kiện diễn ra

Sau khi kết thúc sự kiện

Thông thường để có được bản báo cáo này cần phải tiến hành nghiên cứu người tiêu dùng và thống kê doanh số bán hàng rồi so sánh dữ kiện ở các mốc thời điểm. Nhận thức của người tiêu dùng về thương hiệu là rất quan trọng. Và việc tạo ra một sự kiện hiệu quả bên cạnh những bài PR nhằm giáo dục nhận thức của người tiêu dùng là một công cụ rất hiệu quả cho người làm thương hiệu.

Những thông số về nhận thức của thương hiệu và doanh số bán sau khi thực hiện sự kiện thường được quy định rõ trong bản kế hoạch thực hiện chương trình. Nếu sự kiện có tác động mạnh đến người tiêu dùng thì lợi nhuận thu được có thể đong đếm bằng mức tăng doanh số, thị phần và nhận thức của người tiêu dùng. Đây là một trong yếu tố tiên quyết để nói lên tính hiệu quả của sự kiện.

2. Lên kế hoạch

- Mức độ khả thi của kế hoạch (*toàn bộ quá trình thực hiện event có đúng theo kế hoạch hay không, có chỗ nào không thể thực hiện được, vì sao*)
- Mức độ hấp dẫn của nội dung (*Các hoạt động có đa dạng không, có gì đặc sắc không, có làm cho khách thấy chán vì không có hoạt động gì để tham gia?*)
- Thiết kế của chương trình (*Màu sắc, phong cách có phù hợp đối tượng khách tham dự không, thông tin có đầy đủ chưa*)

3. Địa điểm, giấy tờ

- Thuê địa điểm tổ chức (*địa điểm thuê đã tối ưu cho việc tổ chức sự kiện đó hay chưa, có gặp phải vấn đề nào không*)
- Việc xin giấy phép (*có suôn sẻ không, có đúng hạn không*)

4. Truyền thông, quảng cáo

- Bài PR trên báo (*có lên được các báo đã cam kết, có lên được đúng nội dung mong muốn*)
- Treo bandroll, dán poster (*độ phủ của bandroll, poster*)
- Phát tờ rơi (*sự phù hợp của địa điểm phát, tỷ lệ khách hàng biết đến chương trình qua tờ rơi*)
- Rải link trên các forum, mạng xã hội (*số lượt xem, số lượt phản hồi*)
- Gửi mail cho khách hàng (*tỷ lệ mở email, tỷ lệ click vào link trong mail, tỷ lệ forward email cho người khác*)

5. Set up, trang trí

- Không gian tổng thể của Event
- Lắp đặt và trang trí sân khấu (*mức độ thẩm mỹ, mức độ thuận tiện quan sát, décor thế nào, backdrop thế nào*)

- Lắp đặt cổng chào, khu triển lãm (nếu có)
- Sắp xếp và trang trí khu vực lễ tân, quầy bán vé (*Set up quầy bán vé thuận tiện chưa? Quầy lễ tân có dễ tìm kiếm không?*)
- Tiện ích khác: Chỗ đậu xe, toilet (*Chỗ đậu xe đã tiện lợi chưa, Toilet có thuận tiện cho khách dùng hay không*)

6. Kỹ thuật

- Lắp đặt hệ thống âm thanh ánh sáng (*Âm thanh ánh sáng có thông suốt không hay trục trặc, âm thanh có tốt không, nghe có rõ không, có bị vang không*)
- Hệ thống trình chiếu (*thiết bị trình chiếu setup đã tốt chưa, có bị ngắt giữa chừng không, có bị che chắn tầm nhìn hay không*)
- Nguồn điện

7. Hậu cần, thuê mua (Logistic)

- Việc sản xuất, in ấn các vật dụng thiết kế, vật phẩm quảng cáo (*màu sắc đã chuẩn chưa, số lượng, chất lượng có đạt yêu cầu không*)
- Việc chuẩn bị quà tặng (*quà tặng có phù hợp với đối tượng khách không, thừa thiếu ra sao*)
- Việc chuẩn bị phương tiện đi lại (*có tiện cho khách đi lại hay không*)
- Gửi giấy mời, confirm sự có mặt của khách mời (*có gửi sớm để khách có thời gian chuẩn bị hay không, tỷ lệ không gửi được*)
- Mua sắm công cụ nhỏ
- Tiệc và đồ uống (*Có ngon miệng không, có phải đợi lâu để lấy đồ ăn không*)

8. Nhân sự

- Cách làm việc của MC (*Nói chuyện có lưu loát, ứng xử có linh hoạt, có thu hút khán giả tập trung vào chương trình không*)
- Chương trình biểu diễn của ca sĩ, nhóm nhảy (*có xuất hiện đúng với lịch trình hay không, biểu diễn có hấp dẫn và nhiệt tình không*)
- Sự có mặt của khách mời, đại diện công ty, khách VIP (*Có ai đến trễ không, cách họ phát biểu khai mạc, chào đón khách tham dự đã ổn chưa*)

- Thái độ làm việc của PG, PB (*Trang phục có đẹp và phù hợp chương trình không, có lịch sự, chuyên nghiệp không, có giải quyết than phiền (nếu có) của khách tốt không, có nghiêm túc không, có các hành vi ko chuyên nghiệp như cười đùa, nói chuyện, ăn uống, chõng cằm... trước mặt khách không, có ai quản lý họ không*)

9. Tổ chức thực hiện

- Việc đón khách, đăng ký (*Có người tiếp đón không, có chu đáo không, quy trình đón khách như vậy đã hợp lý chưa, có bắt khách chờ đợi lâu không, có xảy ra tình trạng ùn tắc không*)

- Việc tổ chức trò chơi (*trò chơi có được khách hưởng ứng nhiều hay không, có góp phần truyền tải hình ảnh khách hàng/nhà tài trợ không*)

- Việc phát quà mẫu, tặng quà (*Tặng trước hay sau chương trình, có bị lộn xộn không, khách có hài lòng không*)

- Việc bán vé (*Việc bán vé thế nào? Có dễ dàng mua vé không? Vấn đề vé chợ đen...*)

- Việc hướng dẫn, giải đáp thắc mắc cho khách mời (*Việc hướng dẫn khách tốt chưa, khách tham dự có dễ dàng tìm được chỗ của mình không*)

- Biện pháp thu hút khách, làm nóng tại chương trình (có hoạt động gì để đón tiếp khách)

10. Điều phối sự kiện, giải quyết rủi ro

- Mức độ ăn ý, chặt chẽ trong phối hợp thực hiện, việc phân bổ, điều phối nhân sự (*đã hợp lý hay chưa, có chỗ nào trục trặc*)

- Chạy thử, tổng duyệt – Rehearsal

- Thời gian thực hiện (*Thời gian bắt đầu Event, thời gian kết thúc Event, thời gian chạy phần khai mạc, thời gian chạy phần giới thiệu nội dung, thời gian phần giải trí, chương trình có thông suốt hay không, có trục trặc gì xảy ra ko, có nhiều thời gian chết không*)

- Sự linh hoạt giải quyết các tình huống (*Khi có phát sinh tình huống ngoài dự định, BTC đã có hướng khắc phục tốt chưa vd bãi xe hết chỗ gửi*)

- Các phát sinh ngoài kế hoạch, nguyên nhân

11. Công việc sau Event

- Thu dọn hiện trường
- Trả vật dụng thuê mượn
- Thanh toán tiền cho nghệ sĩ, nhà cung cấp
- Làm báo cáo tổng kết tài chính

12. Đánh giá chung sau Event

- Mức độ truyền tải của thông điệp, concept qua Event (*qua thông điệp, slogan, cách bài trí, hoạt động..., và xem mọi thứ có nhất quán hay không, hay slogan một kiểu mà decor và nội dung lại một phong cách khác*)
- Sự ăn khớp giữa thời gian, lịch trình của kế hoạch và thực tế

Đánh giá sự kiện đóng vai trò quan trọng trong tiến trình quản trị sự kiện. Quản trị sự kiện vẫn là một ngành non trẻ, đang phải đấu tranh trong một số lĩnh vực để xác lập tính chính danh và được chấp nhận như là một nghề nghiệp. Một trong những cách thức tốt nhất cho ngành để đạt được sự tín nhiệm là những sự kiện được đánh giá một cách trung thực và nghiêm túc. Vì vậy, kết quả của chúng được biết đến, những lợi ích của chúng được thừa nhận và hạn chế của chúng được chấp nhận. Tuy nhiên, cần quán triệt rằng, đánh giá sự kiện phải đóng vai trò cho một mục đích sâu sắc chứ không phải là hình thức để đối phó. Nó nằm ở trung tâm của tiến trình, nơi những hiểu biết đạt được, những bài học được rút ra và những sự kiện được hoàn thiện.

Để thực hiện tốt, nhà quản trị sự kiện cần phải nhận thức và khai thác cả hai nguồn nghiên cứu sơ cấp và thứ cấp trong hoạch định và đánh giá các sự kiện. Đánh giá sự kiện, nếu được khai thác hợp lý và áp dụng là chìa khóa cho tiến trình cải tiến liên tục sự kiện, tạo chỗ đứng và danh tiếng của ngành sự kiện. Như vậy, đánh giá sự kiện phải là một ưu tiên chính đối với các nhà quản trị sự kiện để đánh giá đúng sự kiện của họ và phổ biến việc đánh giá này đến tất cả các bên liên quan và các nhóm quan tâm. Nếu làm tốt, sẽ nâng cao danh tiếng các sự kiện của họ và nâng cao danh tiếng của bản thân các nhà quản trị sự kiện cũng như là các chuyên gia.

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 5

1. Hãy phân tích các công việc tổ chức thanh quyết toán trong sự kiện.
2. Trình bày các nội dung có liên quan đến việc phối hợp giải quyết các công việc còn lại sau sự kiện.
3. Trình bày nội dung của việc lập báo cáo và tổng kết sự kiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 5

- [1]. N. V. Hà, *Tổ chức sự kiện*, Trường CĐ Du Lịch, Hà Nội, 2009.
- [2]. N. T. M. Thanh, *Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội*, NXB Lao động – Xã hội, 2015.
- [3]. Website <http://www.tochucsukienpro.com/nhung-tieu-chi-de-danh-gia-sau-moi-su-kien-ct9471/>

Chương 6

KỸ NĂNG TỔ CHỨC MỘT SỐ SỰ KIỆN TRONG NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

NỘI DUNG CHÍNH

- Tổ chức tiệc
- Tổ chức Gala Dinner
- Tổ chức hội nghị, hội thảo
- Tổ chức giới thiệu, quảng bá sản phẩm
- Tổ chức một số sự kiện khác

6.1. GIỚI THIỆU VỀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN TRONG NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

Ngày nay, những sự kiện như hội nghị khách hàng, ra mắt sản phẩm, lễ khánh thành, động thổ, hay hội thảo, triển lãm, cưới hỏi, sinh nhật, khai trương, tiệc cuối năm... đang dần trở nên quen thuộc và ngày một gia tăng, trở thành một dịch vụ phổ biến trong khách sạn, nhà hàng. Các khách sạn, nhà hàng là nơi tổ chức nhiều sự kiện diễn ra, đòi hỏi nhân viên phải nắm chắc quy trình tổ chức sự kiện. Mỗi kiểu sự kiện có đặc trưng riêng, cách tổ chức cũng ít nhiều có sự khác nhau, tùy vào quy mô của đơn vị tổ chức và yêu cầu của khách hàng. Đối với nhân viên khách sạn, nhà hàng cần nắm chắc quy trình tổ chức sự kiện chuẩn nhất và tổ chức được các sự kiện sáng tạo, độc đáo, khác biệt đáp ứng mục đích của sự kiện và nhu cầu của khách hàng.

Quy trình tổ chức sự kiện trong nhà hàng, khách sạn như sau:

A. Tiếp nhận yêu cầu từ cấp trên/ khách hàng

Khi tiếp nhận thông tin từ khách hàng (hay cấp trên), người tổ chức sự kiện (hay còn gọi là có hình dung ban đầu về chương trình: Loại hình sự kiện, mục tiêu tổ chức, thời gian tổ chức, đối tượng và số lượng người tham dự, các yêu cầu riêng của đối tác...

B. Sáng tạo ý tưởng và chủ đề cho sự kiện

Sau khi tổng hợp thông tin từ phía khách hàng, bộ phận Sự kiện sẽ họp lại để bàn bạc về ý tưởng chủ đạo cho chương trình. Đây được xem là yếu tố trọng tâm của sự kiện, có thể do trực tiếp khách hàng đưa ra, hoặc nhóm sáng tạo cùng nhau thảo luận tìm ra ý tưởng dựa vào yêu cầu của khách hàng. Một chủ đề lý tưởng phải phù hợp với thông điệp của sản phẩm, mục tiêu truyền thông cũng như hành vi xã hội và đối tượng hướng đến.

C. Xây dựng kế hoạch tổ chức

Sau khi đã phác họa chủ đề tiếp đến là lên kế hoạch tổ chức chi tiết cho sự kiện, đảm bảo các nội dung:

- Địa điểm, thời gian tổ chức sự kiện
- Các loại thiết kế: Backdrop, standee, bandrol, vé mời, thư mời...
- Nội dung chi tiết: Các hoạt động diễn ra, khoảng thời gian dự kiến, những dụng cụ/ thiết bị cần chuẩn bị...
- Số lượng nhân lực cần cho sự kiện
- Kế hoạch truyền thông (tùy sự kiện)
- Dự trù kinh phí và báo giá cho khách hàng/ cấp trên
- Phương pháp đo lường hiệu quả
- Phương án xử lý những rủi ro có thể xảy ra (mất điện, trời mưa...)

Kế hoạch sau khi hoàn thành cần được thuyết trình với cấp trên/ khách hàng để xác định mức độ khả thi, nội dung nào cần chỉnh sửa... Sau khi nhận được sự đồng ý từ khách hàng/ cấp trên thì sự kiện mới chính thức được tổ chức.

D. Triển khai quy trình tổ chức sự kiện

Trước sự kiện: Nhiệm vụ của người tổ chức sự kiện là phân công công việc cho từng bộ phận, nhân sự, thời hạn cụ thể cho từng hạng mục và theo dõi tiến độ để đảm bảo công tác chuẩn bị được chín chu nhất.

- Phân chia công việc cho từng nhân sự.
- Khảo sát địa điểm tổ chức.
- Liên hệ các nhà cung cấp hỗ trợ dịch vụ như ánh sáng, âm thanh, nghệ sĩ...
- In ấn các loại thiết kế, đảm bảo không có sai sót



- Truyền thông sự kiện theo kế hoạch
- Dàn dựng không gian, lắp đặt các dụng cụ, thiết bị
- Sắp xếp nhân sự phụ trách khách mời, phương tiện đi lại cho khách mời
- Tổng duyệt chương trình...

Trong sự kiện: Trong quá trình diễn ra sự kiện, người tổ chức sự kiện chính sẽ điều hành mọi hoạt động, chịu trách nhiệm đảm bảo mọi hoạt động diễn ra đúng dự tính, làm hài lòng khách hàng.

Sau sự kiện: Khi sự kiện kết thúc, bạn cần thu dọn toàn bộ, bàn giao lại địa điểm cho các bên liên quan. Đồng thời, các thiết bị, vật dụng đã thuê cần trao trả cho nhà cung cấp.

E. Đánh giá hiệu quả, báo cáo tổng kết sự kiện

Việc tổng kết, đánh giá sự kiện giúp nhân sự có cái nhìn tổng quan về hiệu quả tổ chức, rút kinh nghiệm cho những chương trình sau được tốt hơn. Qua đó, bạn tổng kết các hạng mục: Số lượng người tham dự, phản hồi của người tham dự, kết quả công tác truyền thông, quyết toán chi phí, những gì chưa hoàn thành... Sau đó làm báo cáo tổng kết gửi cho cấp trên/ khách hàng.

Từ quy trình tổ chức chung, dưới đây là quy trình và cách thức tổ chức một số loại hình sự kiện cụ thể trong nhà hàng, khách sạn:

6.2. TỔ CHỨC TIỆC

6.2.1. Khái niệm

Tiệc là một loại sự kiện có tổ chức. Mọi người đến cùng một lúc, cùng ăn theo một thực đơn được lựa chọn trước. Mọi hoạt động trong tiệc được sắp xếp trước theo các mốc thời gian định trước. Dễ hoạch định và chuẩn bị hơn hoạt động phục vụ ăn thông thường.

6.2.2. Các loại hình tiệc chiêu đãi trong sự kiện

- Tiệc ngồi
- Tiệc đứng
- Tiệc trà
- Tiệc Cocktail

- Quốc Yến

6.2.2.1. Tiệc ngồi

Tiệc ngồi phù hợp với các sự kiện có số lượng khách lớn như Gala Dinner, tiệc hội nghị, tiệc chiêu đãi...

Tiệc ngồi là loại tiệc mà khách tham dự được mời ngồi hoặc bố trí chỗ ngồi trong bữa ăn. Thời gian phục vụ, chương trình nghi lễ được ấn định trước có sự thống nhất giữa chủ tiệc và người quản lý tiệc.

Những bữa tiệc có khách VIP thường có thẻ tên, ghi chúc vụ hay học vị. Để thuận tiện cho việc nhận biết chỗ ngồi, giao tiếp thuận lợi, những vị khách quan trọng được bố trí ngồi ở những vị trí trang trọng.

Thời gian tổ chức tiệc ngồi thường vào giờ ăn chính trong ngày (trưa từ 12h, tối từ 18h, đêm từ 21h). Xét về mặt nghi lễ và cách thức phục vụ thì tiệc ngồi sang trọng hơn tiệc đứng, việc trang trí, chương trình nghi sự, nghi lễ đón tiếp và cách thức phục vụ tỉ mỉ, hấp dẫn hơn. Tuy nhiên khách dự tiệc khó tiếp xúc với người quen do chỗ ngồi khác nhau.

6.2.2.2. Tiệc buffet

Tiệc Buffet là loại tiệc tự chọn có thể được tổ chức đứng hay ngồi. Cái lợi của tiệc buffet là có thể phục vụ cho nhiều người cùng một thời gian, một diện tích so với tiệc ngồi. Buffet có cái hay vì nó tạo rất nhiều cơ hội để thực khách giao tiếp với nhau, vì nhất là những buổi tiệc có tính chất xã giao. Vì vậy, thời gian ăn buffet có thể kéo dài.

Tiệc buffet được sử dụng cho cả tối (Buffet dinner) và bữa trưa (Buffet-lunch).

Tiệc buffet sẽ là sự lựa chọn rất hiệu quả cho các sự kiện ngoài trời, các hoạt động sự kiện mở và có nhiều thời gian như Pull party, Gala Dinner liên hoan nội bộ. Đối với loại hình này thì thực khách sẽ có được sự thoải mái về mặt không gian, có thể giao lưu trò chuyện với nhau tự do thoải mái, được thoải mái lựa chọn rất nhiều món ăn ngon từ quầy Buffet, bên cạnh đó thì quầy buffet cũng được trang trí rất đẹp và bắt mắt, sẽ là nơi thu hút mọi người checkin, chụp hình...



Hình 6.1. Tiệc đứng

6.2.2.3. Tiệc trà

- Tiệc trà là bữa ăn nhẹ với các loại bánh ngọt, trái cây, nước uống,... nhằm giúp thực khách có những phút giây thoải mái khi tham gia vào các sự kiện, hội nghị.

- Thông thường tiệc trà diễn ra vào giữa buổi tiệc nhưng cũng có những sự kiện thì tiệc này được tổ chức đầu hoặc cuối. Tiệc trà có thời gian tổ chức khoảng 30 đến 45 phút và thường được tổ chức ở hình thức tiệc buffet đứng để tạo không gian thoải mái, linh động cho người tham gia.

- Thực đơn tiệc trà nhẹ có sự góp mặt của các loại bánh ngọt teabreak đa dạng kết hợp với các hương vị tự nhiên của thức uống ấm nóng, thêm vào đó là trái cây tươi đã được cắt gọt sẵn.

- Tiệc trà sử dụng trong các sự kiện như khai trương cửa hàng, các chương trình có giờ nghỉ ngơi giữa giờ hoặc các cuộc họp sự kiện, hội nghị khách hàng, buổi trò chuyện của các diễn giả,...

Do được tổ chức để nhằm tạo không gian nghỉ ngơi, thư giãn cho người tham gia nên tiệc trà sẽ thường diễn ra tại những nơi rộng rãi, thoáng mát. Hướng tới cách bày trí gọn gàng, đơn giản và khoa học nên tại các bữa tiệc Tea Break người tổ chức chỉ cần trang trí nhẹ nhàng, thanh lịch, tối giản. Để tạo ra sự thoải mái nhất cho khách tham dự, tại khu vực gần nơi diễn ra tiệc cần trang bị thêm bàn ghế và nơi nghỉ chân. Với các vị trí nghỉ ngơi, quan khách sẽ được thư thái ngồi thưởng thức đồ ăn, cùng nhau trò chuyện, giao lưu. Việc tạo ra khu vực nghỉ làm cho người tham dự được hòa mình vào không gian cộng đồng, giúp giải tỏa mệt mỏi sau những giây phút họp hành.

6.2.2.4. Tiệc Cocktail

Là loại tiệc sang trọng, nhẹ nhàng, tiệc cocktail thích hợp cho những buổi chiêu đãi họp mặt.

Tiệc Cocktail đã ngày càng được phổ biến và trở thành một nét sống mới trong các nhà hàng, khách sạn lớn. Sang trọng và nhẹ nhàng, một buổi tiệc Cocktail thông thường là loại hình tiệc đứng, số lượng khách đông. Trong các khách sạn, trong nhà hay trong sân vườn rộng đều là những không gian lý tưởng cho một buổi tiệc Cocktail.

Tiệc Cocktail là loại tiệc đơn giản, thân mật, thưởng thức đồ uống nhiều hơn ăn, không đặt dao, muỗng, nĩa. Thức ăn chủ yếu là đồ nguội và tất cả đều được cắt thành từng miếng vừa vụn. Thông thường các bữa tiệc được tổ chức vào buổi trưa hay tối, với số khách tối thiểu 12 người, và từ 6 món trở nên.

Đặc điểm của tiệc cocktail là tiệc nhẹ với thức uống là các loại cocktail và thức ăn là các loại thức ăn dùng bằng tay (finger food). Có ba loại cocktail cơ bản dùng trong tiệc: uống khai vị, uống giải khát khi ăn và uống sau khi ăn.

Cocktail khai vị thường là các loại có vị chua để kích thích vị giác. Cocktail giải khát là loại được pha chế từ nước trái cây. Uống sau khi ăn là loại cocktail có vị ngọt ngào, béo và giúp tiêu vị.

6.2.2.5. Quốc yến

Ngoài các loại hình tiệc nêu trên, còn có Quốc yến là loại Tiệc chiêu đãi. Loại tiệc này là một loại hình hoạt động ngoại giao quan trọng và phổ biến. Tiệc

ngoại giao không những mang tính chất chính trị mà còn thể hiện tính văn hoá. Tổ chức một bữa tiệc chiêu đãi khách là một dịp để bày tỏ sự trọng thị, mến khách nhằm tăng cường mối quan hệ và giới thiệu văn hoá ẩm thực.

Đây là hình thức tiệc chiêu đãi trọng thể nhất. Tiệc này thường do Nguyên thủ quốc gia chiêu đãi trong các dịp Nguyên thủ quốc gia nước ngoài đến thăm Nhà nước, thăm chính thức hoặc những ngày quốc lễ quan trọng. Quốc yến thường là tiệc ngồi, được tổ chức chu đáo, trọng thị. Nhiều nước cử quốc thiều trước khi tiệc bắt đầu; thực đơn được lựa chọn kỹ lưỡng gồm những món ăn đặc sắc bao gồm món khai vị, súp, món chính, tráng miệng, đồ uống gồm rượu sâm- panh, rượu dân tộc, rượu truyền thống, rượu vang, rượu thơm (lúc kết thúc), phòng tiệc, bàn tiệc được sắp xếp trang trọng; thời gian tổ chức Quốc tiệc thường vào buổi tối, cũng có thể tổ chức vào buổi trưa, nhưng vào buổi tối trọng thị hơn, khách dự tiệc mặc trang phục sang trọng, lịch sự.

6.2.3. Các sự kiện tổ chức tiệc

Các bữa tiệc thường diễn ra gắn liền với các sự kiện quan trọng trong đời sống xã hội. Khi xã hội ngày càng phát triển thì nhu cầu tổ chức tiệc càng lớn. Đặc biệt với tầng lớp doanh nhân giàu có và những người có địa vị xã hội quan trọng. Một số sự kiện thường là lý do để tổ chức các bữa tiệc như:

- Hội nghị, hội thảo
- Khai trương, khánh thành
- Kỷ niệm ngày thành lập
- Tiệc cưới, hỏi
- Tiệc sinh nhật
- Tiệc mừng thọ
- Tiệc vinh quy bái tổ
- Tiệc tổng kết năm
- Tiệc mừng xuân mới
- Họp báo
- Triển lãm
- Bán đấu giá

- Biểu diễn thời trang
- Giới thiệu sản phẩm
- Tiệc chiêu đãi
- V.v....

6.2.3.1. Tổ chức tiệc cưới

Tiệc cưới là loại tiệc được tổ chức sau khi hoàn thành lễ cưới với mục đích chiêu đãi quan khách, họ hàng, bạn bè của cô dâu, chú rể. Đây là loại tiệc được khá nhiều nhà hàng khai thác kinh doanh hiện nay.

Đám cưới là một trong những sự kiện quan trọng nhất của cuộc đời người phụ nữ và mọi cô dâu đều muốn một “đám cưới hoàn hảo”. Một buổi tiệc cưới diễn ra thường với số lượng khách lớn, thời gian diễn ra tiệc ngắn và rất nhiều điều cần chú ý thì đòi hỏi người nhân viên cần phải thành thạo quy trình phục vụ tiệc cưới để hạn chế tối đa các nguy cơ, sai sót có thể xảy ra.

A. QUY TRÌNH TỔ CHỨC TIỆC CƯỚI TẠI NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

1. Đón khách

Đây là bước đầu tiên trong quy trình tổ chức tiệc cưới. Nó sẽ bắt đầu 30-45 phút trước tiệc cưới. Vì luôn có những vị khách đến sớm hơn giờ dự tiệc. Cô dâu – chú rể nên lưu ý điều này để sắp xếp người đón tiếp đến sớm.

Nếu có điều kiện, chủ nhân cũng có thể sắp xếp mở tiệc cocktail ở một góc nhỏ với một số đồ có cồn nhẹ và đồ ăn đơn giản để mời khách.

2. Thực hiện các nghi lễ trong quy trình tổ chức tiệc cưới

Cô dâu – chú rể bước lên làm lễ. Thông thường, cô dâu – chú rể sẽ vào sau sân khấu để chuẩn bị trước giờ làm lễ 10 phút. Đó là khi khách gần như đến đông đủ đủ. Buổi lễ sẽ có trình tự như sau:

- Một khúc nhạc nổi lên bởi ban nhạc hoặc file mềm. Cha mẹ hai bên sẽ được MC mời lên sân khấu.

- Tiếp theo, cô dâu – chú rể bước lên sân khấu cùng nhau. Đây là một trình tự truyền thống. Tuy nhiên, có thể thay đổi là chú rể đứng sẵn cùng cha mẹ mình. Và cha cô dâu sẽ dắt cô dâu từ từ bước vào lên sân khấu và trao cô dâu cho chú rể.



- Sau đó, đại diện của hai bên gia đình sẽ tuyên bố lý do và cảm ơn khách mời đến chung vui. Cuối cùng, buổi lễ được MC tuyên bố bắt đầu.

- Tiếp đó, cô dâu – chú rể sẽ tiến hành những nghi lễ bắt buộc trong quy trình như rót rượu, cắt bánh, trao nhẫn. Những người theo đạo Thiên Chúa giáo, việc trao nhẫn có thể được tiến hành trong buổi lễ tại nhà thờ. Cuối cùng, cô dâu chú rể dâng rượu cho cha mẹ để tỏ lòng biết ơn công sinh thành.

- Nghi thức cắt bánh ngày có thể được thay đổi thành hình thức như thả nến trên bánh. Chiếc bánh tượng trưng cho ngôi nhà – tổ ấm mới của cặp đôi trẻ. Người ta tin rằng cô dâu – chú rể sẽ được soi dẫn bởi những cây nến cháy. Họ sẽ luôn tìm thấy nhau dù bất cứ hoàn cảnh nào.

3. Đãi tiệc cưới

Trong đám cưới có hai phần chính là phần lễ và phần tiệc. Trong quy trình tổ chức tiệc cưới sẽ không thể nào bỏ qua phần đãi tiệc cưới.

Trong các tiệc cưới của người Việt, cô dâu – chú rể sẽ cùng cha mẹ đến từng bàn một để chào hỏi và cảm ơn. Họ sẽ đi cho đến hết bàn cuối cùng. Khi ấy, nghi thức mới được tính là trọn vẹn.

Thời gian cho phần đãi tiệc cưới thường khoảng 1h – 1h30 tùy đám cưới. Nếu đám cưới tổ chức buổi tối thì thời gian có thể lâu hơn.

4. Tổ chức các tiết mục đặc sắc sau tiệc

Ngày nay, quy trình tổ chức tiệc cưới đã có nhiều thay đổi. Không còn nhàm chán như trước đây nữa. Cô dâu, chú rể có thể thêm các tiết mục chung vui khác nhau.

Các cặp đôi có thể tổ chức những trò chơi đơn giản. Trò chơi dùng trong tiệc cưới thường không cần đạo cụ quá phức tạp, luật chơi phải thật đơn giản. Để ai cũng có thể chơi, ai cũng có thể tham gia. Nếu những trò chơi đó mà cộng thêm một phần trò duyên dáng, dí dỏm nữa thì còn gì bằng. Không khí tiệc cưới của bạn sẽ đầy ắp tiếng cười và sự sôi động.

Có một tiết mục nữa cũng rất hay có trong các đám cưới phương Tây là khiêu vũ, thường thấy nó trong các tiệc cưới có phong cách hoàng gia khi xưa. Đó là một tiết mục rất đặc sắc đó. Nếu cô dâu, chú rể biết khiêu vũ thì có thể nổi nhạc và để khách tham dự nhảy một bản. Cũng có thể mời gọi những cặp

uyên ương khách mời khác ra nhảy cùng cặp uyên ương của cô dâu chú rể. Tiệc cưới sẽ được phong phú lên rất nhiều và khách mời sẽ không thấy nhàm chán.

5. Kết thúc quy trình là tiễn khách

Khi tiệc đã kết thúc, các vị khách sẽ lần lượt ra về. Cần sắp xếp người tiễn khách. Nhiều người cũng sẽ tranh thủ chụp những bức hình ghi lại ngày trọng đại này. Vì vậy cần chuẩn bị sẵn người cầm máy để chụp ảnh.

Có những tiệc cưới, cô dâu – chú rể có chuẩn bị quà cho khách tham dự. Nếu có, hãy sắp xếp cho người đứng tiễn khách và phát quà ở cửa nhé !

B. KỊCH BẢN TIỆC CƯỚI TẠI NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

Một đám cưới có thể được xây dựng theo nhiều ý tưởng và kịch bản khác nhau nhưng vẫn đảm bảo gồm những phần cơ bản như: đón dâu, trao nhẫn, ném hoa, tiệc,... Còn cách trang trí, những phần bố trợ khác thì tùy theo loại ý tưởng tổ chức khác nhau: đám cưới truyền thống Việt Nam, đám cưới hiện đại kiểu phương Tây, đám cưới theo chủ đề: lấy ý tưởng từ một câu chuyện, bộ phim, màu sắc (red wedding, white wedding), nghề nghiệp: công nhân, bác sĩ, giáo viên..., zombie wedding, death wedding, hiphop,...

1. Màn đón khách

- Cô dâu chú rể cùng cha mẹ đón khách tại sảnh có sự hỗ trợ của lễ tân nhà hàng

- Chụp ảnh lưu niệm trước cổng hoa hoặc background chụp ảnh
- Mời khách ghi lưu bút chúc mừng

- Mời khách vào phòng tiệc

2. Chương trình tiệc cưới

- Trong chương trình đón khách, màn hình máy chiếu 2 bên hoặc màn hình led sân khấu sẽ trình chiếu những clip hoặc hình ảnh của cô dâu, chú rể. Đồng thời khi đó ánh sáng trong phòng tiệc được chiếu rục rỏ dưới sự trình bày những ca khúc nhẹ nhàng, lãng mạn.

- Tiếp theo MC sẽ có trách nhiệm mời khách ổn định chỗ ngồi. MC dẫn dắt câu chuyện về mối lương duyên của đôi uyên ương.

- MC giới thiệu cha mẹ cô dâu, chú rể và mời cha mẹ hai bên lên sân khấu. Cùng lúc này MC tiếp tục giới thiệu cô dâu, chú rể trong ánh đèn mờ ảo.

- Cô dâu, chú rể vui vẻ hân hoan tiến vào phòng cưới trong tiếng nhạc nền, ánh sáng lung linh và màn đá khói tạo không khí vừa lãng mạn vừa trang trọng. Cặp đôi uyên ương hạnh phúc nắm tay nhau bước lên sân khấu trong màn giới thiệu đại diện hai bên của MC.

- Màn trao quà cảm động của cha mẹ hai bên được diễn ra trong phút giây yên lặng, chú rể trao nhẫn cho cô dâu và cùng nhau đọc lời thề. Sau những phút giây cảm động ấy, khách mời quan viên hai họ đến với những phút giây sôi động, vui mừng hạnh phúc chờ đón cô dâu chú rể cắt bánh cưới, rót Champagne (đá khói bay lên từ tháp Champagne).

- Cô dâu chú rể nói lời cảm ơn chân thành, sâu sắc đến cha mẹ và khách mời tham dự. sau đó cô dâu chú rể và toàn thể khách mời nâng cốc chúc mừng đôi uyên ương hạnh phúc.

- Đến màn nhập tiệc: Khách mời sẽ được thưởng thức những món ngon của nhà hàng trong niềm hân hoan mừng đôi trai tài gái sắc hạnh phúc bền lâu đến đầu bạc răng long.

- Các ca sĩ và ban nhạc sẽ trình bày những ca khúc ngọt ngào nhất, lãng mạn và sâu lắng nhất.

- Trong lúc nhập tiệc cô dâu, chú rể và cha mẹ hai bên đi chào hỏi khách. Cùng lúc cô dâu chú rể và khách mời nâng cốc, nhân viên phục vụ chia hai hàng mang đồ ăn nóng tiến vào phòng tiệc.

3. Kết thúc chương trình

Cô dâu chú rể cùng cha mẹ cảm ơn và tiễn khách tại cổng ra vào. Buổi tiệc kết thúc trong niềm hân hoan, hạnh phúc của toàn thể khách mời.

Bảng 6.1. Kịch bản tiệc cưới

1. Lịch trình lễ cưới:

18h: Chuẩn bị đón khách

18h30 – 19h30: Đón khách

- Slide chiếu hình ảnh của cô dâu và chú rể trên màn hình lớn (hình ảnh lúc nhỏ hoặc lúc đang yêu nhau)

- Bàn lễ tân và ký tên

- Hoa tươi

- Sách và bút ký tên
 - Thùng bao thư
 - Quà tặng lưu niệm cho khách (có thể đặt trên bàn ăn, tại vị trí khách ngồi)
 - Card ghi vị trí ngồi hay còn gọi là Place card (nên sắp xếp các nhóm bạn ngồi với nhau)
 - Chụp ảnh lấy ngay tặng khách (hoặc dán vào sổ ký tên)
 - Tại sân khấu, một ban nhạc tam tấu (gồm 3 người, violin - guitar - piano) sẽ chơi đón khách trong một tiếng đồng hồ.
 - Một ảo thuật gia tặng quà favor cho khách
 - Riêng với trẻ em, sẽ sắp xếp một khu vực riêng với đồ chơi, bút vẽ, bánh kẹo... (Có thể chọn những bức ảnh ngộ nghĩnh nhất nhận quà tặng của cô dâu, chú rể)
- 19h30 – 20h: Lễ cưới (kết hợp với tổ chức của khách sạn)
- Hai MC (một tiếng Việt, một tiếng Anh) hoặc một MC (vừa tiếng Anh, vừa tiếng Việt). Cần MC song ngữ nếu là một trong hai cô dâu chú rể là người nước ngoài, hoặc nhiều khách mời ngoại quốc.
 - Nên giữ nghi lễ trao nhẫn cưới để thêm phần sang trọng và ý nghĩa của buổi lễ cũng như tặng phần ấn tượng với khách tham dự.
 - Ban nhạc sẽ chơi toàn bộ phần nhạc cho buổi lễ
 - Hai ca sĩ song ca (một nam, một nữ) hát bài hát lúc trao nhẫn cưới (bài hát tiếng Anh hay Việt tùy chọn)
 - Bắn hoa giấy vào lúc trao nhẫn
 - Kết thúc lễ, tất cả khách mời nâng ly chúc mừng
- 20h – 21h30: Phần tiệc cưới
- Một ca sĩ đơn và một nhóm hát
 - Chơi trò chơi (khoảng 10 phút): cô dâu, chú rể & khách mời tham gia là các đôi bạn bè đang yêu nhau
 - Cắt bánh cưới và thi ăn bánh: cô dâu, chú rể và khách mời tham gia là các đôi bạn bè đang yêu nhau (bịt mắt 2 người, người này đút bánh cho người kia...)
 - Cô dâu tung hoa cưới cho bạn bè thân để xem may mắn sắp tới sẽ thuộc về ai
 - Nhóm hát (hoặc nhóm múa) kết thúc chương trình
 - Sân khấu được nhường lại cho phần khiêu vũ (nếu có)

2. Trang trí

- Theme (chủ đề) chủ đạo: Trắng và Hồng nhạt
 - Hoa cầm tay
 - Thiết kế: Hoa trang trí sẽ được thả treo trên trần, xen kẽ với đèn lồng và bong bong
 - Thể hiện tông màu trắng: Hoa Lan đại trắng + Lys + Hồng trắng (hoặc tổng hợp các loại hoa màu trắng)
 - Thể hiện tông màu hồng: đèn lồng giấy (hoặc vải voan), bong bong
 - Trang trí ghế bằng voan hoặc kết hoa
 - Nến và hoa trang trí cho lối lên sân khấu
 - Quà cảm ơn (Favor gift): chocolate, hoa hồng khô, bánh cookies hoặc kẹo...
 - Bánh cưới
- Tùy theo từng đám cưới, nhà tổ chức sẽ thiết kế các chi tiết riêng, phù hợp ngân sách cũng như sở thích của cô dâu chú rể.

Nguồn: Wedding planner Như Cầm

Những điều cần biết khi phục vụ tiệc cưới

- Chú ý chỉ phục vụ các đồ uống, món ăn có trong thực đơn.
- Nếu trong nhà hàng có nhiều đám cưới cùng diễn ra trong thời điểm thì bạn phải nhớ rõ ràng tên cô dâu – chú rể, sảnh tiệc...
- Chủ động trang bị các vật dụng dành cho việc phục vụ như: hộp quẹt, đồ khai.
- Khi phục vụ phải luôn niềm nở, nhiệt tình.
- Khi xảy ra các tình huống phát sinh ngoài khả năng giải quyết cần phải báo ngay cho giám sát khu vực, giám sát sảnh tiệc để có thể xử lý tình huống.

6.2.3.2. Tiệc sinh nhật

Lên ý tưởng, kịch bản cho một bữa tiệc sinh nhật, học cách tự mình tổ chức sự kiện sinh nhật hay một những gì các nhà quản lý sự kiện chuyên nghiệp có thể làm để tổ chức một sự kiện thành công.

Sự kiện sinh nhật được xem như là những sự kiện quan trọng trong cuộc đời của mỗi người. Tiệc sinh nhật có thể là bình thường hoặc trang trọng. Mọi người có thể trở nên thân thiết hơn, chỉ với một vài người bạn thân và gia đình; hoặc có thể là sự kiện lớn. Có hai loại tiệc sinh nhật cơ bản : trẻ em và người

lớn, và với mỗi loại lại có những đặc điểm về ý tưởng, kịch bản sao cho phù hợp nhất với đối tượng .

Tiệc sinh nhật cho trẻ em

Tiệc sinh nhật cho trẻ con thì thường là xây dựng trên ý tưởng hướng đến sự đáng yêu, ngộ nghĩnh như lấy từ truyện tranh, phim hoạt hình. Thông thường khi tổ chức tiệc sinh nhật cho trẻ em tổ chức theo format đơn giản truyền thống: có hoa, bóng bay, đồ chơi, bánh kẹo, quà, đầu tiên là thắp nến, hát chúc mừng sinh nhật, thổi nến, cắt bánh, tặng quà, kết thúc. Còn tiệc tổ chức theo chủ đề ,thì có trang trí phối hợp các chi tiết hướng tới chủ đề được chọn . Ví dụ lấy chủ đề là rạp xiếc có thể bao gồm trang trí đầy màu sắc , bộ đồ ăn màu sắc rực rỡ , xiếc trò chơi theo chủ đề , bắp rang, xúc xích, cô la và vui chơi cùng một chú hề địa phương . Trong khi một bữa tiệc sinh nhật chủ đề cao bồi có thể gồm mũ cao bồi , thịt nướng , bánh mì nướng, khoai tây nghiền,.. và cuỡi ngựa .

Tiệc sinh nhật cho người lớn

Trong khi tiệc sinh nhật của người lớn có thể hoặc không theo một chủ đề nào. Quá trình lên ý tưởng và kịch bản là tương tự, và cũng quan trọng.

Ngày tổ chức thường là trước hoặc trong ngày sinh nhật. Địa điểm có thể phụ thuộc vào loại tiệc và số lượng khách dự kiến. Trang trí có thể bao gồm hoa, standy, áp phích, ánh sáng trang trí, hoặc trang trí chủ đề khi lên ý tưởng. Bộ đồ ăn thường được chọn phối hợp màu sắc hài hòa bám vào chủ đề hay tone của bữa tiệc. Đồ ăn có thể là ăn nhẹ finger food hay một bữa ăn, tùy thuộc vào loại tiệc đơn giản hay trang trọng, ý tưởng về chủ đề bữa tiệc và ngân sách. Các địa điểm tổ chức có thể hạn chế các lựa chọn có sẵn cho thực phẩm và đồ uống: nhiều địa điểm nhà thờ và cộng đồng cấm đồ uống có cồn; một số địa điểm thương mại yêu cầu thực phẩm được phục vụ bởi họ như ở nhà hàng, khách sạn...

Giải trí có thể bao gồm các trò chơi, các hoạt động, hoặc biểu diễn.

Có rất nhiều chi tiết để phối hợp để tổ chức một bữa tiệc sinh nhật khó quên. Bằng cách sử dụng một kế hoạch sự kiện chuyên nghiệp chủ bữa tiệc có thể chú ý hơn đến các khách mời giúp khách thoải mái, bị hấp dẫn và tận hưởng bữa tiệc.

A. CÁC BƯỚC TỔ CHỨC TIỆC SINH NHẬT

Sinh nhật là ngày kỉ niệm ai cũng muốn nhận được sự chúc mừng từ bạn bè, người thân và sinh nhật bất ngờ thì còn vui hơn nữa. Sự bất ngờ không những tạo niềm vui cho con người ngay tức khắc mà nó còn là kỉ niệm khiến người ta luôn nhớ mãi. Để có một bữa tiệc sinh nhật bất ngờ cần phải chuẩn bị rất nhiều thứ như sau:

1. Xây dựng ý tưởng cho tiệc sinh nhật bất ngờ

Hơn tất cả, điều quan trọng nhất trong việc tổ chức tiệc sinh nhật bất ngờ là tìm ý tưởng. Ý tưởng muốn tốt thì phải bắt đầu từ sở thích, thói quen hay tính cách của người được tổ chức. Thời gian tổ chức cũng vô cùng quan trọng vì nó quyết định rất nhiều đến kế hoạch tổ chức sau này. Một số câu hỏi để lên ý tưởng: Khách hàng thích lãng mạn hay xuề xòa? Hướng nội hay hướng ngoại? Thích quây quần bên gia đình hay vui chơi ngoài trời?

2. Lên kế hoạch chi tiết

Sau khi đã nghĩ ra được ý tưởng thì nên tiến hành kế hoạch chi tiết. Việc lên kế hoạch này sẽ giúp kiểm soát được tất cả mọi việc. Và hơn hết kế hoạch chi tiết sẽ giúp cho việc nghĩ ra được những phương án khác để phòng những trường hợp xấu xảy ra.

3. Chuẩn bị trước khi bữa tiệc diễn ra

Với những bữa tiệc sinh nhật cầu kỳ, tổ chức lớn có khi sẽ mất cả một tuần để chuẩn bị. Còn những bữa tiệc nhỏ chỉ dành riêng cho những người bạn thân thì chỉ mất 1-2 ngày mà thôi.

Quá trình chuẩn bị của cần có đầy đủ đồ dùng, người tham gia và những yếu tố phụ trợ khác.

Khi chuẩn bị chu đáo thì chắc chắn bữa tiệc sinh nhật sẽ diễn ra thật thành công.

4. Chuẩn bị bánh sinh nhật và âm nhạc

Bánh sinh nhật thật đẹp và những lời chúc đáng yêu là một trong những thứ đồ cần chuẩn bị nhất thiết phải có.

Một thứ cũng rất quan trọng không kém gì bánh sinh nhật, đó là âm nhạc. Bài hát chúc mừng sinh nhật được cất lên trong bữa tiệc sẽ làm nhân vật

chính vô cùng cảm động, giúp khuấy động không khí bữa tiệc. Sẽ rất là hấp dẫn nếu bố trí một dàn karaoke để mọi người hát tặng những bài hát hay nhất.

Tất cả mọi thứ được chuẩn bị hoàn hảo và chỉ chờ nhân vật chính xuất hiện. Còn gì tuyệt vời và hạnh phúc nghẹn ngào khi thấy bạn bè người thân cùng bên mình trong ngày sinh nhật.

5. Thực hiện tổ chức theo kịch bản

Thực hiện và điều hành, quản lý các công việc theo kế hoạch và kịch bản đã xây dựng.

B. KỊCH BẢN CHƯƠNG TRÌNH TỔ CHỨC SINH NHẬT

Bước 1: Chuẩn bị kịch bản sinh nhật và báo giá các chương trình mà khách mong muốn có trong kế hoạch. Lưu ý, kịch bản này có thể sử dụng làm kịch bản tổ chức sinh nhật công ty, người thân hay bất kì ai.

Bước 2: Thiết kế kịch bản theo chủ đề sinh nhật mà khách yêu cầu thông qua zalo hoặc các phương tiện khác. Nhằm đảm bảo mọi thứ theo đúng kịch bản dẫn chương trình sinh nhật giúp buổi tiệc trở nên ý nghĩa hơn, mọi người sẽ cảm thấy hạnh phúc hơn khi đến dự tiệc.

Bước 3: Chuẩn bị kịch bản dẫn chương trình và phân công nhân sự

Bước 4: Trang trí sinh nhật. Trang trí cổng chào, bàn quà, sân khấu theo thiết kế hoặc kế hoạch mà mình đã lên sẵn trước đó.

Một cổng chào sinh nhật bằng bong bóng, Cổng chào sinh nhật, Sân khấu sinh nhật, Bàn quà sinh nhật, Backdrop sinh nhật, Sinh nhật trọn gói, Sinh nhật theo chủ đề, Trang trí tiểu cảnh, Bóng Jumbo, Hộp Surprise là tất cả những gì có thể chuẩn bị.

Một bữa tiệc sinh nhật có nhiều kịch bản khác nhau, tùy thuộc vào đối tượng được tổ chức sinh nhật mà kịch bản sẽ được tùy biến sao cho phù hợp hơn với bữa tiệc.

Đối với tổ chức sinh nhật cho người yêu, vợ chồng, hay công ty thì *kịch bản tổ chức sinh nhật* sẽ theo xu hướng lãng mạn và đầy tính bất ngờ.

Đối với sinh nhật của các ông bà cha mẹ lớn tuổi thì bữa tiệc sẽ hạn chế tính trẻ con và thêm vài phần sang trọng.

Với lời dẫn chương trình thôi nôi thì kịch bản tổ chức cần hơi hướng trẻ con hơn. Cần nhiều hoạt động vui chơi cho các bé khi đang diễn ra sự kiện và chủ đề sinh nhật phải được sử dụng các chương trình mà bé thích.

Bảng 6.2. Kịch bản sinh nhật (Kịch bản mẫu)

Thời gian	Nội dung	Phụ trách	Chi tiết
15-16h	Đón chào quý khách tham dự sinh nhật	Chuột Mickey đón khách	Mỗi bé sẽ được phát nón sinh nhật xinh xắn, được chú hề tạo hình bong bóng tặng cho mỗi bé bong bóng hình thú ngộ nghĩnh và được chụp hình chung với chú Chuột Mickey dễ thương Bé được tham quan không gian xung quanh lễ hội và thưởng thức những loại kẹo bé thích hoặc xem chú hề tạo hình bong bóng.
16-17h	Lễ hội bắt đầu	Ekip Quick Event thực hiện	Ổn định chỗ ngồi và tuyên bố buổi lễ sinh nhật bắt đầu. Giai điệu sinh nhật mở màn vang lên bằng tiếng nhạc Violin trên nền nhạc đệm đi từ cuối dãy bàn tiệc lên sân khấu để tạo ấn tượng cho bé; Chú hề và cô tiên giới thiệu nội dung của buổi tiệc, chủ đề & các trò chơi chính của lễ sinh nhật; <i>Đọc tên - ngày sinh của bé ; thực hiện nghi thức sinh nhật, hát chúc mừng SN - thổi nến - cắt bánh kem.</i> Pháo bong bóng, xịt tuyết... tạo không khí vui nhộn & lễ hội chính thức bắt đầu. Mọi người cùng nâng ly chúc mừng và nhập tiệc khai vị
17h-19h15	Nhập tiệc, loại hình tiệc buffet để tránh ứ tắc khi chọn thức ăn nên sắp xếp dàn	Người nhà phụ trách hướng dẫn khách lấy thức ăn và ăn uống	Chương trình có khoảng 15 phút để mọi người đi chọn thức ăn & nước uống (trong lúc này mở nhạc nhẹ). Sau 15p bắt đầu hoạt náo. Các bài khởi động phá băng...

	trái khu vực ăn.		
Ekip thực hiện event triển khai. Khách bé trai tham gia tiệc được mời chơi trò chơi	Trò chơi 1: “Chinh phục đường đua” Trò chơi 2: “Xem ai khéo hơn”.		<p>Các bé trai tham gia buổi tiệc đều được thông báo mang theo xe của mình, bé nào không có xe thì có thể mượn từ bộ sưu tập xe của bé chủ tiệc. Hoạt náo viên sẽ phổ biến thể lệ cuộc thi và giải thưởng. Trong lúc các bé trai đua xe thì các bé gái tham gia cổ vũ. Người thắng cuộc sẽ được tặng món quà yêu thích và được quyền chấm giải thưởng cho trò chơi “Xem ai khéo hơn”.</p> <p>Mỗi bạn gái sẽ được phát một tờ giấy được vẽ sẵn hình chiếc vương miện. người chơi phải trang trí vương miện đó sao cho đẹp mắt. Người thắng cuộc của trò chơi “Chinh phục đường đua” sẽ chọn vương miện đẹp nhất cho mình. Chiếc vương miện nào được chọn sẽ là người thắng cuộc. Trong lúc các bé gái thi các bé trai tham gia cổ vũ.</p>
	Trò chơi 3: “Nốt nhạc vui”		<p>-Ban tổ chức mở từng đoạn nhạc thiếu nhi, ... cho mọi người nghe, bấm dừng đột ngột và ai đoán trúng được tên bài hát, sẽ là người chiến thắng. 15-20 bài nhạc.</p> <p>->Mục đích: <i>Trò chơi này vui nhộn, dễ chơi phù hợp với mọi lứa tuổi, mọi đối tượng.</i></p>
	Trò chơi 4: “Vũ hội bong bóng”		<p>Khách mời chia thành đội, nhiệm vụ của từng đội là phối hợp với nhau chuyền bong bóng (không dùng tay) về đích, đội nào chuyền khéo (không dùng tay, không bị bay bóng) và chuyển về đích sớm nhất chiến thắng.</p> <p>->Mục đích: <i>Đây là các trò chơi kỹ năng phù hợp cho tập thể, tập phối hợp ăn ý với nhau, tạo tinh thần vui chơi, niềm vui & chiến thắng có ý nghĩa.</i></p>
	Trò chơi 5: “SINH NHẬT NHƯ MƠ		<p>Ban tổ chức chuẩn bị một khung tranh lớn trắng trơn, các khách mời tình nguyện lần lượt lên vẽ tranh (mỗi người vẽ 1 vật, 1 cảnh, 1 nhân vật, 1 món quà v.v... vẽ hình ảnh hay những gì mình thích có liên quan đến chủ đề</p>

		- HẠNH PHÚC BẮT NGỜ"	<p><i>sinh nhật vui vẻ</i>). Sau khi hoàn tất Ban tổ chức sẽ có 1 bức tranh ngộ nghĩnh mô tả Sinh Nhật như trong mơ của mọi người; bức tranh đóng góp công sức tập thể này được đấu giá; ai muốn sở hữu bức tranh thì chào giá để mua; ai khác muốn mua chào giá cao hơn... hoặc bức tranh sẽ thuộc sở hữu kỉ niệm của Chủ nhân.</p> <p><i>(*Tiền đấu giá mua bức tranh sẽ được chủ nhân đem làm từ thiện vào dịp tết ở các chùa).</i></p>
19g30	Kết thúc		<p>Mời từng nhóm khách gia đình lên chụp ảnh chung lưu niệm với gia đình chủ nhân buổi tiệc. Hình này sẽ được lên web site www.sukienthieunhi.com để mọi người có thể xem những khoảnh khắc vui vẻ, hạnh phúc này.</p> <p>Gửi lời chúc, lời chào và hẹn gặp trong các lễ hội tiếp theo! Xin cảm ơn!</p>

Nguồn: Quik - event

6.3. TỔ CHỨC GALA DINNER

6.3.1. Khái niệm

Gala Dinner là một bữa tiệc ăn tối kết hợp tổ chức sự kiện, 2 hoạt động này thường được doanh nghiệp tổ chức song song nhằm hướng đến mục đích, yêu cầu của đơn vị tổ chức.

6.3.2. Các loại hình Gala Dinner

Gala Dinner có nhiều hình thức tổ chức, nhiều hoạt động đi kèm, tuy nhiên tùy vào văn hóa doanh nghiệp mà đơn vị tổ chức Gala Dinner sẽ sắp xếp, xây dựng kế hoạch, kịch bản Gala Dinner phù hợp. Hiện nay, tại Việt Nam đang có những loại hình tổ chức Gala Dinner điển hình sau:

1. Tổ chức Gala Dinner nhân dịp kỷ niệm ngày thành lập công ty

Đây là chương trình khá phổ biến trong các công ty vừa và lớn. Tiệc sinh nhật công ty thường được tổ chức tại các nhà hàng hay khách sạn, cùng với đó là những nghi lễ cắt bánh, đập rượu. Khách tham dự gồm nhân viên và các đối tác lâu năm, trung thành của công ty được tự do ăn tiệc phía dưới sân khấu và theo dõi các tiết mục văn nghệ.

2. Tiệc liên hoan cuối năm, tiệc tất niên công ty

- Tổng kết lại một năm làm việc, hầu như công ty, tổ chức nào cũng có bữa tiệc tất niên liên hoan để tổng kết lại một năm cũ đã qua với bao thăng trầm và đón một năm mới với nhiều thành công mới.

- Ngoài các tiết mục văn nghệ và dự tiệc ra, chương trình còn có các tiết mục khen thưởng đối với những nhân viên có thành tích xuất sắc trong công việc, đóng góp tích cực vào thành công của công ty.

3. Loại hình tổ chức Gala Dinner - tiệc chào đón năm mới

Ngược lại với tiệc tất niên, tiệc liên hoan công ty cuối năm, tiệc mừng năm mới được tổ chức vào dịp đầu năm mới, vào ngày đầu xuân đi làm. Với mục đích chào đón năm mới với nhiều an lành, may mắn và sự phát triển mạnh mẽ của công ty trong năm tới này

4. Tổ chức Gala Dinner trong các chương trình du lịch, tổ chức teambuilding

Trong những chuyến du lịch ngắn ngày đến các địa điểm du lịch, sau thời gian tham quan, tham gia các hoạt động, trò chơi tập thể, cá nhân,..., ban tổ chức có thể tổ chức đêm gala dinner để tăng thêm tiếng cười giòn tan, sáng khoái cho các thành viên, làm cho chuyến đi thêm ý nghĩa và có nhiều kỷ niệm đáng nhớ hơn.

5. Chương trình tri ân khách hàng

Đây cũng là một loại hình tổ chức Gala Dinner thường được tổ chức. Đối tượng tham gia là các khách hàng trung thành và tiềm năng nhất của công ty cùng các đối tác thân thiết. Bữa tiệc là đêm để công ty tỏ lòng biết ơn đến các khách mời đã quan tâm và tin tưởng vào công ty trong suốt thời gian vừa qua.

6.3.3. Kịch bản Gala Dinner

Nội dung:

Bao gồm 2 phần: Phần lễ và phần hội

Phần Lễ:

- MC thông báo, sắp xếp đón khách, ổn định chỗ ngồi, ổn định hội trường bằng một số trò chơi khởi động, Thu hút sự chú ý của các thành viên tham gia về phía sân khấu.

- Chiếu Slide về hoạt động của công ty (nếu cần sẽ phát sinh phí máy chiếu)

- Đại diện ban lãnh đạo công ty lên phát biểu khai mạc Gala. Tổng kết trao quà cho phần game bãi biển, tuyên dương các cá nhân, tập thể, tặng hoa, quà cho nhân viên...

Phần Hội:

- Mở đầu thường là các tiết mục do các nhóm nhảy, ca sĩ chuyên nghiệp biểu diễn hoặc các khách mời tham dự

- Tiếp đến là các tiết mục dự thi, hát Karaoke, giao lưu của các cá nhân, các nhóm : hát, múa, nhảy ,đóng kịch....Các trò chơi có thưởng trên sân khấu. Ban Giám khảo trao giải cho các tiết mục xuất sắc nhất.

- Trong quá trình biểu diễn sẽ là các phần đan xen như quay số may mắn, phát biểu cảm nghĩ của người chơi.

- Kết thúc chương trình thường là trao phần thưởng may mắn cho các cá nhân, cùng nhau dancing tập thể và chụp ảnh lưu niệm với ban lãnh đạo.

Bảng 6.3. Kịch bản mẫu: Kịch bản tiệc cuối năm

Thời gian	Tiết mục	Nội dung	Thực hiện	Âm thanh	Ánh sáng
18:00 – 18:30	ĐÓN KHÁCH	Khách mời và các thành viên ổn định chỗ ngồi để bắt đầu chương trình.	Tổ chức sự kiện GoldenPen	Sôi động	on
18:35 – 18:40	OPENING SHOW	Văn nghệ mở màn – Tùy vào chủ đề và nội dung của sự kiện.	GoldenPen	Nhạc biểu diễn	Hiệu ứng theo nhạc
18:40 – 18:50	CHIA SẺ CỦA BLĐ	MC khai mạc chương trình, nêu lý do sự kiện. Giới thiệu khách mời tham dự chương trình	GoldenPen	Nhạc chào MC Nhạc VIP lên sân	on

		Giới thiệu phần chia sẻ của Ban Lãnh đạo công ty.		khẩu	
18:50 – 19:00	VINH DANH: NHÂN VIÊN XUẤT SẮC	Công bố tên của người đã dành nhiều sự tâm huyết và cố gắng cho sự phát triển của công ty	Ban Lãnh đạo	Video Clip	Off mờ
19:00 – 19:10	KHAI TIỆC	Mở Champagne và nâng ly cùng tất cả các thành viên có mặt tại bữa tiệc cuối năm.	GoldenPen	Nhạc sôi động	on
19:10 – 20:00	DÙNG TIỆC	Toàn thể nhân viên	GoldenPen	Nhạc hòa tấu	on
20:00 – 20:10	CLIP HAPPY	Video sẽ là những khoảnh khắc hoạt động của nhân viên trong công ty.	GoldenPen phối hợp cùng Doanh nghiệp để dàn dựng	Clip Happy	Off mờ
20:10 – 20:20	GAME SÂN KHẤU	MC tổ chức 1 game sân khấu để thay đổi không khí và bắt đầu link đến các tiết mục Performance	GoldenPen	Sôi động	On
20:20 – 21:25	VĂN NGHỆ TRÒ CHƠI SÂN KHẤU	Các tiết mục nội bộ của nhân viên đã đăng ký xen kẽ để làm chương trình thêm sôi động và gắn kết mọi người. Trò chơi và các tiết mục văn nghệ được sắp xếp xen kẽ để tăng sự hấp dẫn cho tiệc cuối năm.	GoldenPen hỗ trợ tư vấn tiết mục và biên đạo cho nhân viên.	Off	On
21:25 – 21:35	RÚT THĂM MAY MẮN	Các giải thưởng của công ty dành tặng nhân viên cuối năm	Thảo luận với doanh nghiệp về	Nhạc hồi hộp	on



			phần thưởng chương trình.		
21:35 - 21:45	CÔNG BỐ THÔNG ĐIỆP	Thông điệp từ BGD muốn gửi gắm trong năm mới . Hình thức: video clip hoặc phát biểu (tùy vào nội dung và tinh thần của doanh nghiệp)	Ban Giám đốc doanh nghiệp	Video clip thông điệp 2015	Off mờ
21:45 - 21: 50	COUNTD OWN	Cùng nhau đếm ngược đến chào đón năm mới.	Toàn thể khán phòng	Nhạc đồng hồ	Off mờ
22:50	ENDING & DJ SHOW	Hỗ trợ chụp ảnh và tiễn khách. Phát quà cảm ơn.	GoldenPen	Nhạc sôi động	Flex

Nguồn: GoldenPen Event

6.4. TỔ CHỨC HỘI NGHỊ, HỘI THẢO

Tổ chức hội nghị hội thảo là một trong các loại hình sự kiện được tổ chức phổ biến trong nhà hàng, khách sạn, do đó tổ chức cần phải chuẩn bị thật chu đáo trước khi tiến hành. Tổ chức hội thảo hay tổ chức hội nghị nhìn chung đều có một quy trình thực hiện gần giống nhau và các bước ấy phải thực hiện theo tuần tự.

Điểm khác biệt trong tổ chức hội nghị và hội thảo là sự kiện sẵn sàng sẽ được diễn ra định kỳ hàng quý, hàng năm với mục đích và các hình thức như sau:

Tổ chức hội nghị là cuộc họp có tổ chức nhằm bàn bạc công việc cụ thể nào đó để tổng kết tình hình hoạt động đã qua, rút kinh nghiệm và bàn phương hướng hoạt động trong thời gian tới. Các hình thức tổ chức: tri ân khách hàng, giới thiệu sản phẩm mới. sơ kết - tổng kết cuối năm, hội nghị thượng đỉnh.

Tổ chức hội thảo là một cuộc thảo luận về một số vấn đề nào đó có tính khoa học, lý luận và thực tiễn đang đặt ra. Mục đích là làm sáng tỏ cơ sở lý luận, cơ sở thực tiễn của vấn đề. đề xuất, kiến nghị hoặc dự báo vấn đề một

cách có cơ sở khoa học. Các hình thức tổ chức: hội thảo khoa học, workshop, du học, tập huấn, chuyên đề - chuyên môn.

6.4.1. Khái niệm

6.4.1.1. Hội thảo

a) Hội thảo: là cuộc thảo luận về một hoặc một số vấn đề nào đó có tính khoa học, lý luận và thực tiễn đang đặt ra. Mục đích của hội thảo là làm sáng tỏ cơ sở lý luận, cơ sở thực tiễn của vấn đề, đề xuất, kiến nghị hoặc dự báo vấn đề một cách có cơ sở khoa học.

Tổ chức hội thảo là cuộc gặp mặt của nhóm người có cùng một mối quan tâm, với mục đích bàn luận để làm sáng tỏ các cơ sở thực tiễn, cơ sở lý luận của vấn đề được đề cập đến. Tổ chức hội thảo là định rõ thời gian, địa điểm cùng các chương trình sẽ có trong hội thảo.

Đây là sự kiện được các công ty tổ chức hàng năm, bàn luận về các vấn đề xoay quanh hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đồng thời, hội thảo cũng là dịp để đội ngũ nhân viên tiếp cận với các chuyên gia trong lĩnh vực mình đang hoạt động, từ đó trau dồi thêm nhiều kiến thức quý giá.

b) Sự kiện hội thảo doanh nghiệp

Hội thảo doanh nghiệp (hay còn gọi là Seminar Conference) là sự kiện được tổ chức thường niên với mục tiêu hướng tới là xây dựng những mối quan hệ hợp tác mới, và duy trì những mối quan hệ lâu năm. Hoạt động chính thường hướng tới chủ đề nhất định, đây là nơi chia sẻ kinh nghiệm, giao lưu, trao đổi kiến thức từ các khách mời khác nhau. Là cơ hội xây dựng hình ảnh, thương hiệu trước các đơn vị truyền thông, tạo điều kiện thuận lợi hợp tác với các đơn vị, đối tác mới.

Hội thảo là sự kiện của doanh nghiệp được tổ chức thường niên với mục đích duy trì mối quan hệ khách hàng hiện tại và thu hút các khách hàng tiềm năng. Các hoạt động chính trong hội thảo là thảo luận về một vấn đề thực tiễn; đối thoại, thăm dò ý kiến khách hàng hoặc chia sẻ kiến thức về ngành nghề. Tổ chức hội thảo sẽ là cơ hội để doanh nghiệp gặp gỡ, giao lưu với các đối tác; tăng cường mối quan hệ với cơ quan truyền thông và nâng cao hình ảnh của công ty.

c) Các hình thức tổ chức hội thảo phổ biến hiện nay

Hiện nay có khá nhiều hình thức tổ chức hội thảo tùy thuộc vào mục đích chính của sự kiện. Trong đó có 5 hình thức hội thảo phổ biến sau:

- Hội thảo khoa học: Đây là hình thức hội thảo tổ chức nhằm để thảo luận hoặc công bố những kết quả nghiên cứu khoa học của các tổ chức, cá nhân. Tại hội thảo khoa học, các chuyên gia, diễn giả sẽ trình bày các vấn đề và cùng thảo luận với những người có cùng chuyên môn. Chính vì vậy, hội thảo này không mang quá nhiều ý nghĩa về quảng bá hình ảnh doanh nghiệp.

- Workshop: Workshop là một hình thức hội thảo có mục đích chính là chia sẻ kiến thức trong một lĩnh vực nhất định như marketing, tài chính, ngân hàng,..Bên cạnh đó sẽ có ví dụ thực tế trong ngành nghề để người tham gia nắm rõ hơn về các thông tin. Workshop thường có quy mô khá nhỏ, chỉ trong khoảng từ 10 – 20 người.

- Hội thảo du học: Đây là hội thảo giải đáp các thắc mắc và băn khoăn của người tham dự về vấn đề du học như chương trình học, học bổng du học hay cuộc sống tại nước ngoài. Thông thường, những hội thảo du học sẽ có mục đích tìm kiếm khách hàng và chuyển đổi thành hoạt động bán hàng cho các công ty chuyên về du học.

- Tập huấn: Hình thức tập huấn có quy mô lớn hơn workshop thường diễn ra trong nội bộ tổ chức, ban ngành. Nội dung của các buổi tập huấn thường xoay quanh việc nâng cao kiến thức cùng kinh nghiệm thực tiễn cho nhân viên để công việc diễn ra hiệu quả hơn.

- Hội thảo chuyên đề – chuyên môn: Hội thảo chuyên đề – chuyên môn sẽ là một buổi thảo luận xoay quanh một chủ đề chính và có một diễn giả duy nhất. Vấn đề này sẽ liên quan đến thực tiễn trong công việc hoặc là cơ sở lý luận cho hoạt động kinh doanh.

6.4.1.2. Hội nghị

a. Khái niệm

Hội nghị khách hàng là cuộc họp tổ chức nhằm bàn bạc ,thảo luận về vấn đề cụ thể. Mục đích hoạt động là hướng đến tìm kiếm giải pháp phù hợp. Nhằm giải quyết công việc thực tế trên mọi cơ sở tổng kết tình hình các hoạt động đã qua. Rút kinh nghiệm và khắc phục hạn chế đang tồn tại.

b. Các loại hội nghị phổ biến

- Hội nghị tổng kết năm: Đây là hoạt động mà hầu hết doanh nghiệp đều thực hiện dịp cuối năm. Mục đích hội nghị là tổng kết; nhìn lại quá trình hoạt động suốt năm qua. Trên cơ sở doanh nghiệp rút kinh nghiệm và định hướng hoạt động tốt hơn năm tiếp theo.

- Hội nghị hợp tác đầu tư và phát triển: Là hình thức hội nghị tập trung danh mục dự án đầu tư tiềm năng. Hội nghị phân tích vấn đề liên quan dự án này. Nhằm thúc đẩy hoạt động đầu tư cả trong + ngoài nước.

- Hội nghị khách hàng: có tên gọi là hội nghị tri ân khách hàng. Đây là sự kiện các doanh nghiệp hiện thường xuyên tổ chức. Với đối tượng hướng đến là khách hàng ,đối tác. Thông qua hội nghị ; doanh nghiệp sẽ tri ân và cảm ơn tới các đơn vị; khách hàng tin tưởng và luôn ủng hộ sản phẩm, dịch vụ doanh nghiệp cung cấp.

Hội nghị khách hàng là một hình thức quan trọng để tăng cường sự gắn bó của khách hàng với công ty, là một biện pháp có hiệu quả, tăng quan hệ mật thiết, tình cảm với khách hàng.

Trên thực tế, chúng ta có thể xây dựng những buổi hội nghị với khách hàng cho những mục đích sau:

- Muốn thu hút khách hàng
- Muốn tỏ lòng cảm ơn
- Khi một khách hàng muốn chấm dứt quan hệ giao dịch hay làm ăn, doanh nghiệp sẽ tổ chức những cuộc đối thoại dạng này nhằm giữ chân khách hàng
- Thuyết phục những khách hàng tiềm năng đến với doanh nghiệp của mình
- Muốn quảng bá cho hoạt động marketing
- Muốn phát triển dịch vụ hoặc sản phẩm: hoạch định những chiến lược kinh doanh mới thông qua sự ý kiến trực tiếp của khách hàng.

Hiện nay, để tổ chức những buổi hội nghị khách hàng ở Việt Nam vẫn là điều mơ ước đối với nhiều doanh nghiệp. Bởi nó đòi hỏi các doanh nghiệp phải có tiềm lực mạnh và quy mô phát triển lớn - điều còn hạn chế ở rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam. Nhưng chúng ta cũng không thể phủ nhận một điều rằng đây là cách thức tiếp cận khách hàng thực sự hiệu quả.

Tổ chức hội thảo hội nghị là hoạt động thường niên tại các doanh nghiệp, trường học, các tổ chức xã hội. Với mục tiêu là công bố những thông tin mới, thảo luận về các chủ đề hoặc thông qua buổi hội nghị, hội thảo các doanh nghiệp có thể nắm bắt được những nhu cầu, những mong muốn về sản phẩm dịch vụ của khách hàng. Từ đó đưa ra các chính sách đúng đắn, xây dựng mối quan hệ bền chặt hơn.

Thành phần tham dự của hội nghị và hội thảo thường khá giống nhau. Tuy nhiên, xét về mặt bản chất, nếu hội nghị là một cuộc họp; thì hội thảo lại được hiểu là một cuộc thảo luận. Cũng dựa trên nguyên tắc bàn bạc và lấy ý kiến về một công việc cụ thể. Song mục đích mà hoạt động này hướng đến là làm sáng tỏ nguyên nhân, cơ sở thực tiễn. Và nhiều những yếu tố khác liên quan trực tiếp đến vấn đề đang được đề cập tới. Trên cơ sở đó, hội thảo sẽ đưa ra kiến nghị và những dự báo sơ bộ về vấn đề này.

6.4.2. Quy trình tổ chức

Để hội nghị, hội thảo diễn ra thành công và ấn tượng, việc lên kế hoạch và vạch ra quy trình rõ ràng đóng vai trò vô cùng quan trọng. Ban tổ chức cần bao quát và nắm được tiến trình hoạt động của sự kiện. Bên cạnh đó, mỗi bước nhỏ cũng cần có bộ phận phụ trách riêng. Quy trình tổ chức hội thảo hoàn chỉnh có thể bao gồm những bước sau:

Bước 1: Xác định chủ đề

Vì khách mời của hội thảo đều quan tâm và cùng hướng tới một vấn đề nhất định nên việc xác định chủ đề là điều cần làm đầu tiên. Chủ đề của buổi hội thảo chính là vấn đề được quan tâm, ví dụ: quản trị nguồn nhân lực trong doanh nghiệp, cách thức học tiếng anh cho người mới bắt đầu, Covid-19 và những ảnh hưởng đối với doanh nghiệp Việt Nam,...

Bước 2: Lên kế hoạch chi tiết

Kế hoạch chi tiết sẽ bao gồm: xác định thời gian, địa điểm tổ chức, định danh sách khách mời và thành viên tham gia, xác định timeline và phổ biến với tất cả thành viên trong hội thảo.

Kế hoạch tổ chức hội thảo bao gồm:

- Mục đích, mục tiêu cần đạt được của buổi hội thảo

- Nội dung chính của hội thảo
- Địa điểm, thời gian tổ chức hội thảo
- Kinh phí dự trù cho việc tổ chức hội thảo
- Đơn vị tổ chức hội thảo
- Lên danh sách khách mời
- Chương trình của hội thảo

Bước 3: Chuẩn bị trước hội thảo

Chuẩn bị tổ chức hội thảo sẽ là một quá trình dài. Đây là bước chắc chắn không được thể thiếu tại bất cứ sự kiện nào dù không quá phức tạp.

Ở bước chuẩn bị, chúng ta sẽ chỉ nhắc đến quá trình chuẩn bị sau cùng trước khi bắt đầu vào nội dung chính khi tổ chức hội thảo. Các công việc cụ thể cần được sắp xếp hợp lý, phù hợp với từng vị trí để bước chuẩn bị được tiến hành nhanh chóng và chính xác :

- Chuẩn bị không gian tổ chức hội thảo và đảm bảo đầy đủ trang thiết bị
- Chuẩn bị các dịch vụ đi kèm như teabreak, ăn uống, nghỉ ngơi, đưa đón
- Truyền thông cho sự kiện
- Phát thư mời cho khách mời
- Trang trí địa điểm tổ chức hội nghị hội thảo: Treo băng rôn đón tiếp khách, banner dọc theo lối đi và địa điểm xung quanh, dải thảm đỏ trên lối đi,...
- Kiểm tra lắp đặt sân khấu ở khu vực tổ chức: Sân khấu cần được sắp xếp đầy đủ bằng hoa, băng rôn, bàn ghế,...
- Trang trí sân khấu bằng thảm đỏ, hoa tươi, backdrop,...
- Lắp đặt các thiết bị âm thanh, ánh sáng, màn chiếu.
- Khu vực dành cho đại biểu: Đặt biển tên, nước uống, hoa tươi, khăn trải bàn, sắp xếp ghế ngồi ngay ngắn,...
- Khu vực dành cho khách tham dự khác: Sắp xếp ghế ngồi ngay ngắn, khoa học,...
- Khu vực lễ tân: Sắp xếp bàn ghế, nước uống, bánh kẹo, tài liệu, ... cho khách trong lúc tham dự sự kiện.



- Chuẩn bị đầy đủ tài liệu, trang thiết bị trước khi diễn ra hội thảo

Sau khi kiểm tra các khu vực xong, bộ phận lễ tân thực hiện phân công công việc đón tiếp khách tham dự, hướng dẫn khách vào hội trường, phát tài liệu cho khách mời.

Liên hệ các phương tiện, cơ quan truyền thông báo chí để đưa tin cho sự kiện. (nếu cần).

Bước 4: Tổ chức hội thảo

Tuân theo đúng kịch bản đã xây dựng, nếu có tình huống phát sinh cần bàn luận để đưa ra phương án giải quyết chung: chú ý quan sát và quản lý lượng khách ra - vào của sự kiện.

- Đón tiếp khách mời và người tham dự hội thảo
- Điều phối hội thảo diễn ra theo đúng kịch bản sự kiện

Bước 5: Kết thúc, đánh giá và rút kinh nghiệm

Phát biểu bế mạc chương trình, lấy đánh giá của khách mời và thành viên vào phiếu, kết thúc hội nghị và tiễn khách ra về; xác định những thiếu sót và rút kinh nghiệm cho những buổi hội thảo sau.

6.4.3. Kịch bản tổ chức hội thảo

Để hội thảo thành công, đòi hỏi ban tổ chức phải xây dựng nên một kịch bản chi tiết, rõ ràng và hợp lý. Dựa trên kịch bản này, đội ngũ tổ chức và người dẫn chương trình có thể nắm bắt được các bước, từ đó dần dặt và triển khai theo đúng quy trình. Kịch bản tổ chức hội thảo có thể bao gồm các phần cơ bản sau:

1. Phần mở đầu

Đón tiếp khách mời, hỗ trợ khách check in và ổn định vị trí. Phát tài liệu và timeline chương trình cho khách để họ nắm được: văn nghệ mở màn.

2. Phần tiến hành

MC dẫn chương trình giới thiệu đại biểu, tuyên bố lý do tổ chức hội thảo: đại diện phía khách mời và phía ban tổ chức cùng lên phát biểu, trao quà (nếu có); đưa ra những vấn đề chung đến cùng giải quyết; giao lưu giữa ban tổ chức, khách mời và các thành viên tham gia; ăn nhẹ và nghỉ giải lao giữa giờ nếu buổi hội thảo kéo dài.

3. Phần kết thúc

Đại diện ban tổ chức phát biểu bế mạc hội thảo, MC tuyên bố kết thúc, văn nghệ kết thúc (nếu có); tiễn khách mời và tháo dỡ các chi tiết dọn dẹp địa điểm tổ chức.

Bảng 6.4. Kịch bản chương trình "Hội thảo Hướng nghiệp cho sinh viên Du lịch trường Đại học Hạ Long"

STT	Thời gian	Nội dung
1	8h30 – 9h00	Đón tiếp đại biểu, khách mời
2	9h00 – 9h10	Văn nghệ mở màn
3	9h10 - 9h15	Giới thiệu Hội thảo, Đại biểu và Khách mời
4	9h15 – 9h25	Đại diện Khoa Du lịch phát biểu
5	9h25 – 9h40	Đại diện Sở Du lịch phát biểu
6	9h40 – 9h55	Quản lý Khách sạn chia sẻ
7	9h55 – 10h10	Quản lý doanh nghiệp Lữ hành chia sẻ
8	10h10 – 11h10	Tọa đàm giữa các nhà quản lý
9	11h10 – 11h30	Diễn giả giao lưu, trả lời thắc mắc của sinh viên
10	11h30 – 11h40	Bế mạc, Tặng quà và Chụp ảnh cuối chương trình

Nguồn: Tác giả xây dựng

6.4.4. Một số điều cần lưu ý khi tổ chức Hội thảo – Hội nghị

1. Chủ đề của hội thảo, hội nghị

Chủ đề của hội thảo, hội nghị sẽ tạo nên một tổng thể toàn diện, thể hiện được mục tiêu hướng đến vì thế cần ngắn gọn, ý nghĩa, đặc biệt là phải thu hút và đảm bảo lợi ích của những người tham dự.

2. Khách mời chuyên gia, diễn giả, KOL, người nổi tiếng..

Buổi hội nghị, hội thảo nên có sự xuất hiện, có mặt của những người nổi tiếng, có sức ảnh hưởng nhất định tạo nên sự thu hút với khách mời tham dự.

3. Địa điểm tổ chức

Với địa điểm tổ chức quan trọng nhất chính là không gian và các tiện ích đi kèm, phải đáp ứng được quy mô sự kiện, tránh ảnh hưởng đến bầu không khí.

4. Công tác truyền thông

Hiện nay có rất nhiều cách để sự kiện của được nhiều người biết đến, thời điểm để truyền thông không nên quá sớm để mất đi sức hút, nhưng cũng không nên thực hiện khi ngay sát ngày tổ chức khó sắp xếp thời gian tham dự cho khách mời và những đối tác khác.

5. Khách tham dự

Đây chính là những nhân vật chính bạn muốn hướng tới, ta cần nắm được thông tin khách hàng, khi có được nhiều thông tin ta sẽ có nhiều cách tiếp cận khác nhau để đạt được hiệu quả tốt nhất.

6.5. TỔ CHỨC GIỚI THIỆU, QUẢNG BÁ SẢN PHẨM

6.5.1. Khái niệm

Tổ chức sự kiện ra mắt sản phẩm(Event Launching) là một hoạt động nhằm quảng bá, giới thiệu sản phẩm mới đến với khách hàng/ đối tác của Công ty. Đây là một hoạt động rất quan trọng, giúp cho khách hàng biết tới nhiều thêm và có ấn tượng tốt đẹp về sản phẩm, là bí quyết cho việc kinh doanh thành công của nhiều Doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Hiện nay có 4 loại hình tổ chức lễ ra mắt sản phẩm được nhiều Doanh nghiệp áp dụng nhất là:

- Hợp báo trước khi ra mắt sản phẩm mới: là cách tổ chức sự kiện lễ ra mắt được nhiều doanh nghiệp lựa chọn nhất do tính chất hiệu quả và tiết kiệm chi phí.

Hợp báo là một hoạt động truyền thông chính thống cho các sản phẩm của Doanh nghiệp, với sự tham dự và góp mặt của nhiều nhà báo/ phóng viên của các tờ báo, trang tin tức online,... Những thông tin trong buổi hợp báo luôn được giữ ở mức độ vừa đủ để khách hàng nắm được thông tin cơ bản của sản phẩm và truyền tải lại trên các kênh truyền thông phù hợp mà Doanh nghiệp lựa chọn.

- Tổ chức sự kiện lưu động Roadshow: là một hình thức quảng cáo sản phẩm ở nhiều địa điểm công cộng khác trong một thời gian ngắn, thường được

tổ chức bằng cách cho các PG/PB diễu hành qua nhiều cung đường trong thành phố bằng xe máy/ xe đạp hoặc oto,..

Hoạt động này có ưu điểm là mức độ phủ sóng rộng lớn và tiếp cận được nhiều đối tượng khách hàng, tuy nhiên chi phí cao cộng với sự khó khăn trong thủ tục hành chính, dễ mất kiểm soát khi lưu thông chính là một rào cản lớn cho các Doanh nghiệp khi lựa chọn loại hình ra mắt sản phẩm này.

- Hoạt động Activation: phát Sampling (mẫu thử) cho khách hàng trải nghiệm trực tiếp tại các địa điểm tập trung nhiều đối tượng khách hàng lựa chọn (chợ/ siêu thị/ điện máy/ trường học,...)

Các Doanh nghiệp lựa chọn loại hình tổ chức sự kiện này thường là các Doanh nghiệp thực phẩm, mỹ phẩm hoặc hóa mỹ phẩm, ở phân khúc thương hiệu bình dân/ trung bình. Chi phí tổ chức hoạt động Activation thường không quá cao nhưng lại mang về hiệu quả tốt khi đưa được trực tiếp sản phẩm cho khách hàng sử dụng và nhận được những phản hồi để cải thiện sản phẩm.

- Tổ chức Event Launching: là một sự kiện/ một buổi lễ ra mắt sản phẩm mang tính quy mô và quan trọng nhất trong cả 4 loại hình nêu trên. Event Launching thường sẽ bao gồm cả hoạt động họp báo (mời phóng viên/ nhà báo đến đưa tin) và hoạt động Activation (dùng thử sản phẩm).

6.5.2. Quy trình tổ chức

1. Lên ý tưởng, chủ đề của chương trình

Một Concept (ý tưởng chủ đạo) tốt giúp sự kiện truyền tải thành công thông điệp tới người tham dự. Ví dụ trong sự kiện ra mắt sản phẩm của thẩm mỹ viện Pamas, nhà tổ chức sự kiện đã đưa concept "Hành trình sắc đẹp vượt thời gian" vào sự kiện thông qua câu chuyện từ Cổ Máy Thời Gian và mỗi khách mời được coi là một hành khách trong chuyến du hành Vượt thời gian và điều này làm hiện thực hóa tính năng trẻ hóa làn da của công nghệ chăm sóc sắc đẹp được giới thiệu.

2. Lựa chọn địa điểm, set up

Tùy vào ý tưởng chủ đạo, người làm sự kiện sẽ lựa chọn địa điểm cho phù hợp. Không nhất thiết lúc nào tung sản phẩm cũng phải ở trong khách sạn, những trải nghiệm về địa điểm khác lạ mang đến cho khách hàng ấn tượng lâu hơn.

4. Đăng ký tham dự sự kiện ấn tượng

Những tấm thiệp sáng tạo sẽ là màn gậy ấn tượng đầu tiên của sản phẩm dành cho khách hàng. Hoặc việc đặt chỗ tham dự một cách đặc biệt cũng sẽ tạo ấn tượng khó phai. Một số sản phẩm cho khán giả chơi trò chơi hay thi một cuộc thi nhỏ, tag ảnh, tag bài viết để đoạt vé tham dự, một vài sản phẩm lại đề nghị người tham dự đổi một sản phẩm hay vật dụng nào đó để lấy vé mời, chẳng hạn như sự kiện ra mắt một sản phẩm giấy văn phòng mới trong thời gian gần đây, có yêu cầu người tham dự đem đến một vài kg giấy cũ để được nhận sản phẩm dùng thử mới cùng với vé mời tham dự.

5. Tạo tiết mục điểm nhấn

Những gì có thể giúp người tham dự lưu ấn tượng về sự kiện không gì khác là ngoài một vài điểm nhấn. Cách thức sản phẩm ra mắt khán giả sẽ khiến họ nhớ lâu nếu nó có gì đó đặc biệt, vì vậy nhiều người làm sự kiện thích tạo "hiệu ứng wow" tức là sự thích thú, ngạc nhiên cho khách tham dự bằng những phần trình diễn đặc biệt khi ra mắt sản phẩm.

6. Trải nghiệm sản phẩm

Lái thử xe ô tô, dùng thử đồ ăn thức uống... sẽ làm cho khách hàng ghi nhớ lâu, quyết định mua sản phẩm hoặc giới thiệu cho người quen về những trải nghiệm thú vị của họ đối với sản phẩm. Trải nghiệm, dùng thử sản phẩm là một hoạt động của trọng để đạt được mục đích của sự kiện này.

7. Tạo điều kiện cho khách hàng lan truyền về sự kiện và sản phẩm

Tạo hoạt động giúp cho người tham dự đứng tại sự kiện và share ngay thông tin lên mạng xã hội của họ để lan truyền cho bạn bè họ. Có thể thực hiện điều này bằng cách upload hình của họ lên trang web của sự kiện, và ngay dưới các trang có các nút, link cho phép share thông tin này lên các Mạng xã hội phổ biến, hay gửi mail cho bạn bè. Như vậy khách hàng thích có được các thông tin mới còn nhà tổ chức sự kiện lại lan truyền, quảng bá được sự kiện của mình.

8. Khuyến khích mua sản phẩm

Sau khi ra mắt sản phẩm, có thể khuyến khích khách hàng mua sản phẩm để bước đầu có được doanh số. Nếu là khách hàng đại lý, có thể khuyến khích họ ký hợp đồng mua nhiều sản phẩm, đổi lại được bốc thăm may mắn trúng quà. Nếu là khách hàng cá nhân, có thể tặng coupon giảm giá, hay có các

chương trình khuyến mãi để kích lệ họ mua sản phẩm mới, hoặc tổ chức "giò vàng hạ giá", "đấu giá phiên bản đặc biệt" của sản phẩm.

6.5.3. Kích bản chương trình lễ ra mắt sản phẩm

1. Đón khách

- Bố trí đội ngũ lễ tân đón khách, hỗ trợ gửi xe và hướng dẫn khách về khu vực tổ chức. Nếu tổ chức tại các khách sạn 5 sao thì nhân viên khách sạn sẽ hỗ trợ khách tham dự sự kiện hướng đi đến hội trường và có màn hình hoặc bảng chỉ đường.

- Tại khu vực cổng chào, bố trí lễ tân, chào khách, ghi tên và hỗ trợ khách ghi phiếu bốc thăm may mắn (nếu có).

- Mời khách chụp hình lưu niệm – check in

- Dùng đồ uống và đồ ăn nhẹ trong thời gian chờ đợi.

- Hướng dẫn khách tới vị trí chỗ ngồi đã sắp xếp trước, hoặc các vị trí phù hợp với từng khách (nên có nhân viên chờ tại khu vực xung quanh chỗ ngồi để hướng dẫn khách hàng).

2. Chuẩn bị bắt đầu chương trình

- MC – người dẫn chương trình ổn định khách hàng, khi thấy lượng khách gần như đầy đủ có thể bắt đầu giới thiệu thông tin về doanh nghiệp, và bắt đầu triển khai chương trình (nên chờ đủ các vị khách quan trọng trước khi bắt đầu).

- Mời ban lãnh đạo, chủ doanh nghiệp phát biểu, gửi lời cảm ơn tới khách mời tham dự, khai mạc bắt đầu chương trình.

3. Giới thiệu, ra mắt sản phẩm mới

- Trong phần chính của chương trình, sắp xếp, đưa ra người người giới thiệu về sản phẩm lên trình bày kết hợp song song qua các video, slide trình chiếu trở nên sinh động, dễ hiểu, đảm bảo yếu tố gây ấn tượng mạnh, thu hút khách mời tham dự.

- Ngay sau giới thiệu lễ ra mắt sản phẩm mới, sẽ là phần trải nghiệm trực tiếp sản phẩm dịch vụ lấy ý kiến đánh giá trải nghiệm từ khách mời kết hợp song song cùng tiệc nhẹ.

- Chương trình diễn ra phối hợp đan xen cùng các tiết mục nghệ thuật nếu có.

4. Các chương trình trúng thưởng, khuyến mại

- Nên tổ chức các trò chơi mang tính may mắn, điều này nhằm đảm bảo thu hút khách hàng, khiến họ chú ý và hòa nhập với buổi lễ tốt hơn.

- Phần thưởng chính là những sản phẩm, dịch vụ, chương trình khuyến mãi cho những khách hàng may mắn.

5. Tiễn khách

- Đại diện doanh nghiệp, công ty chia sẻ, cảm ơn tới khách hàng đã tham dự sự kiện.

- Hứa hẹn sẽ mang lại những sản phẩm chất lượng tốt nhất cho khách hàng.

- Mc khép lại sự kiện bằng lời chúc nhẹ nhàng, chân thành.

- Đội ngũ nhân sự hỗ trợ tiễn khách, trao quà nếu đã chuẩn bị, đưa khách ra nơi giữ xe,..

- Hoàn thành các công việc dọn dẹp còn lại

Bảng 6.5. Kịch bản lễ ra mắt iPhone 6 và iPhone 6 plus

2h10: Như vậy là sau hơn hai giờ đồng hồ, lễ ra mắt iPhone 6, iPhone 6 Plus và Apple Watch đã kết thúc. ICTnews xin trân trọng cảm ơn độc giả đã đồng hành cùng chúng tôi trong sự kiện này.

2h08: Sau màn biểu diễn của nhóm nhạc rock nổi tiếng U2, Tim Cook đã đưa tất cả mọi người đến tòa nhà trắng chứa đầy iPhone và Apple Watch

1h44: Trong khi ông nói về iTunes Festival, một bộ trống được đưa lên sân khấu. Nhóm nhạc rock nổi tiếng U2 sẽ xuất hiện ngay tại đây để trình diễn.

1h44: Tim Cook vẫn còn điều muốn nói, đó chính là âm nhạc.

1h43: Nền tảng của Apple được xây dựng từ điện thoại, máy tính, máy tính bảng tốt nhất và giờ là Apple Watch

1h43: Apple Pay cũng hoạt động với Apple Watch như iPhone!

1h41: Đồng hồ Apple Watch có giá khởi điểm 349 USD, bán ra đầu năm 2015.

1h37: Ứng dụng dành riêng cho việc luyện tập có thể đo lường lượng

calo, thời gian và khoảng cách. "Apple Watch sẽ thay đổi cách chúng ta tập luyện", đây là tuyên bố khá táo bạo của Tim Cook

1h35: Có hai ứng dụng là Fitness và Workout.

1h34: Bây giờ là thời gian dành cho các ứng dụng sức khỏe và luyện tập.

1h28: Nút bấm ngay bên dưới bánh xe để kích hoạt ứng dụng liên lạc riêng. Bạn có một danh sách bạn bè, lựa chọn một cái tên rồi nói chuyện với họ bằng các hình vẽ. Bạn còn có thể gửi đi báo cáo về nhịp tim của mình cho bạn bè.

1h25: Apple còn tích hợp sẵn nhiều biểu tượng emoji để gửi tin nhắn.

1h24: Bạn nâng cổ tay lên khi muốn xem thông báo rồi vuốt ngược màn hình để thực hiện các thao tác tiếp theo như chấp nhận/từ chối lời mời.

1h23: Apple Watch chứa nhiều thông tin khác nhau như widget trên Android Wear, ví dụ lịch, nhạc...

1h15: Về cơ bản Apple mang đến nhiều tùy chọn khác nhau: hai kích cỡ, nhiều loại vỏ, nhiều loại dây đeo để kết hợp với nhau.

1h14: Còn có phiên bản Apple Watch khác nhỏ hơn với dây đeo tương ứng.

1h10: Mọi linh kiện được nén vào bảng mạch siêu nhỏ, chống nước.

1h09: Apple Watch dùng kính sapphire, nó phân biệt được giữa "chạm" và "nhấn".

1h08: Bạn có thể ra lệnh cho đồng hồ trả lời tin nhắn. Với thao tác vuốt trên Apple Watch, đã xác nhận được thiết bị dùng màn hình cảm ứng.

1h07: Màn hình bật khi bạn nâng cổ tay lên cao. Màn hình chủ bao gồm nhiều chấm tròn tương ứng với các biểu tượng ứng dụng.

1h06: Apple Watch có một số cảm biến ở phía sau để thu dữ liệu từ cổ tay. Chưa rõ màn hình trên đồng hồ có phải cảm ứng không.

1h05: Apple Watch không quá lớn, chỉ ngang kích thước của Pebble Watch và trông khá thời trang khi đeo trên tay.

1h04: Apple Watch có một bánh xe để zoom màn hình. Bạn có thể nhấn nó để quay lại màn hình chính.

1h03: "Chúng tôi không mang giao diện iPhone lên Apple Watch và gắn

chúng lên cổ tay của bạn”.

1h01: “Với mọi sản phẩm có tính cách mạng, giao diện đột phá là điều cần có”.

1:00: Bản thân Cook cũng đang đeo chiếc đồng hồ này. “Apple Watch là thiết bị riêng tư nhất chúng tôi từng tạo ra”. Apple có vẻ đã thoát khỏi cách đặt tên “i” và thay bằng “Apple”: Apple Pay, Apple Watch.

0h59: Nó dùng màn hình vuông, khắc tên sản phẩm ở phía sau. Ngoài ra còn có phiên bản vàng 18 karat. Đồng hồ có nhiều dây đeo khác nhau.

0h58: Đó chính là chiếc đồng hồ thông minh Apple Watch. Đúng như tin đồn song đây là lần đầu tiên Apple Watch lộ ảnh

0h57: Đây chính là thời khắc Tim Cook chứng tỏ dấu ấn với Apple, một danh mục sản phẩm hoàn toàn mới.

0h57: “Chúng tôi vẫn còn một thứ nữa”, Tim Cook nói với vẻ mặt khá tự hào.

0h56: “Apple Pay sẽ thay đổi mãi mãi cách chúng ta mua hàng”.

0h52: Apple Pay bắt đầu áp dụng tại Mỹ với thẻ của Amex, MasterCard, Visa. 220.000 điểm bán lẻ sẽ chấp nhận Apple Pay.

0h51: Nếu không may iPhone bị mất, bạn có thể ngừng mọi thanh toán thông qua Find My iPhone. Apple không biết bạn mua gì, mua ở đâu và mua bao nhiêu.

0h50: iPhone 6 lưu thông tin thanh toán mã hóa và bảo mật. Nó cũng dùng ứng dụng Passbook. Số thẻ tín dụng không được gửi cho người bán hàng mà chỉ dùng số thanh toán một lần và “mã bảo mật năng động”.

0h49: Tính năng này có tên Apple Pay.

0h48: Slide chiếu video khác: một người phụ nữ cầm điện thoại sát cảm biến, ngón tay chạm vào Touch ID để thanh toán trong tích tắc. Như vậy, Apple ngầm xác nhận iPhone 6 hỗ trợ NFC.

0h46: Mọi nỗ lực trước đây để thay đổi thanh toán di động đều “thất bại”.

0h45: Tại Mỹ, người dùng chi tiêu khoảng 12 tỷ USD bằng thẻ tín dụng với 200 triệu giao dịch mỗi ngày. Slide phát video về việc thẻ tín dụng khó sử dụng ra sao.

0h44: Cook giới thiệu danh mục dịch vụ hoàn toàn mới, đó chính là thanh

toán. Tham vọng của Apple là thanh toán ví tiền truyền thống.

0h43: Apple chỉ mất 40 phút để giới thiệu iPhone 6. CEO Tim Cook quay lại sân khấu trong khi slide phát các đoạn quảng cáo về sản phẩm.

0h42: Cuối năm nay iPhone 6 có mặt tại 115 quốc gia. iOS 8 chính thức được tung ra vào ngày 17/9.

0h41: iPhone 5s chỉ còn 99 USD và iPhone 5c miễn phí kèm hợp đồng nhà mạng. iPhone 6 và 6 Plus bán ra từ ngày 19/9, đặt hàng từ ngày 12/9.

0h40: iPhone 6 Plus có giá tương ứng 299 USD, 399 USD và 499 USD cho bản 16, 64 và 128 GB.

0h40: iPhone 6 bản 128GB có giá 399 USD kèm hợp đồng.

0h39: iPhone 6 có giá 199 USD, 299 USD, 399 USD cho bản 16GB, 32GB và 64GB kèm hợp đồng nhà mạng.

0h39: Apple giới thiệu phụ kiện vỏ silicon cho iPhone 6.

0h38: iOS 8 được "tua" qua rất nhanh, đây là điều chưa có tiền lệ do Apple thường chú trọng vào phiên bản hệ điều hành mới.

0h37: iPhone 6 dùng hệ điều hành iOS 8 từng được giới thiệu hồi tháng 6/2014.

0h35: Camera trước FaceTime HD, cảm biến mới, độ mở ống kính lớn hơn, lý tưởng cho người thích chụp ảnh tự sướng. Ngoài ra còn có chế độ chụp ảnh selfie liên tục.

0h33: iPhone 6 quay phim 1080p tốc độ 30 khung hình/giây hoặc 60 khung hình/giây, quay phim slo-mo tốc độ 120 khung hình/giây hoặc 240 khung hình/giây.

0h32: Nhận diện gương mặt nhanh hơn, phát hiện nụ cười/nháy mắt tốt hơn. iPhone 6 dùng bộ ổn định hình ảnh kỹ thuật số còn 6 Plus dùng bộ ổn định hình ảnh quang học.

0h31: Ảnh panorama có thể có kích thước lên tới 43MP.

0h30: Chúng lấy nét tự động "theo pha, cho tốc độ nhanh gấp đôi thế hệ trước. Theo bức ảnh mẫu trên slide, có thể thấy chất lượng ảnh khá ấn tượng

0h28: Bây giờ là lúc trình diễn khả năng chụp ảnh trên iPhone 6. Thiết bị

dùng camera 8MP, đèn flash true-tone, ống kính độ mở f/2.2, cảm biến iSight mới với tính năng "focus pixels".

0h26: iPhone 6 hỗ trợ VoLTE (Voice over LTE - thoại qua LTE). Apple đang hợp tác với nhiều nhà mạng lớn như Verizon, AT&T để thúc đẩy tính năng này.

0h25: Con chip M8 cũng xuất hiện, được thiết kế cho các ứng dụng tập luyện thể thao. M8 có thể phân biệt được giữa đạp xe hay chạy bộ, tính toán khoảng cách và độ cao.

0h34: Pin trên iPhone 6 tốt hơn so với iPhone 5s. Apple cam kết iPhone 6 Plus cho thời gian đàm thoại 3G lên đến 24 tiếng còn iPhone 6 là 14 tiếng.

0h19: Schiller cam kết thiết bị có thể chạy với đầy đủ sức mạnh mà không làm nóng máy.

0h17: iPhone 6 dùng chip Apple A8 mới, đây là chip 64 bit thế hệ hai, nhỏ hơn 13% so với A7, CPU nhanh hơn 20%, đồ họa nhanh hơn 50%. So với iPhone thế hệ đầu, iPhone 6 nhanh hơn 50 lần.

0h16: App Store hiện có 1,3 triệu ứng dụng. Các ứng dụng chưa kịp cập nhật cho iPhone 6 vẫn hiển thị và hoạt động tốt.

0h15: Thao tác mới "reachability", nhấn đúp vào phím Home để cả trang tụt xuống màn hình, dễ chạm vào các nút bấm trên cùng.

0h14: iPhone 6 Plus có giao diện khác hơn, về cơ bản giống với một chiếc iPad mini khi dùng ở chế độ nằm ngang. Bản thân màn hình chủ cũng có thể hiển thị ngang. Bàn phím có thêm một số phím mới.

0h13: iPhone 6 dày 6,8mm còn 6 Plus dày 7,1mm, cả hai đều mỏng hơn 5s (7,6mm). Màn hình cho góc xem rộng hơn.

0h12: Độ phân giải màn hình trên iPhone 6 và iPhone 6 Plus lần lượt là 1334 x 750 pixel và 1920 x 1080 pixel. iPhone 6 Plus có số điểm ảnh cao gấp 185% so với iPhone 5s.

0h11: Chúng dùng màn hình Retina HD, một thế hệ màn hình mới. Tuy nhiên, bên ngoài không phải kính sapphire mà là lớp kính ion bền hơn. \

0h10: Phil Schiller lên sân khấu tiếp tục để nói về iPhone 6. Thiết bị sở

hữu mặt kính cong trong khi mặt sau làm từ nhôm a-nốt.

0h10: "Tôi tin rằng bạn sẽ có chung ý kiến chúng là smartphone tốt nhất thế giới".

0:09: Đó chính là iPhone 6 (4.7 inch) và iPhone 6 Plus (.5.5 inch).

0h08: iPhone 6 chính thức xuất hiện với thiết kế không khác gì tin đồn với camera lùi và 2 kích thước màn hình

.0h07: Hôm nay chúng tôi mang đến thay đổi lớn nhất trong lịch sử iPhone.

0h07: iPhone là smartphone bán chạy nhất thế giới đồng thời là điện thoại được ưa thích nhất thế giới.

0:06: "Hôm nay chúng tôi có những sản phẩm bất ngờ để chia sẻ với các bạn. Chúng tôi cho rằng bạn cũng đồng tình với ý kiến hôm nay là ngày quan trọng với Apple".

0:05: Cook điếm qua một số sản phẩm từng được giới thiệu tại đây, trong đó có iMac đánh dấu sự hồi sinh của Apple.

0h04: CEO Tim Cook xuất hiện trên sân khấu với phong cách quen thuộc. "Thật tuyệt vời khi được quay lại trung tâm Flint" (đây là nơi từng giới thiệu máy tính iMac).

0h02: Một đoạn clip được chiếu trên sân khấu, nhấn mạnh vào sự thay đổi đưa thế giới tiến lên phía trước.

23:59: Khách mời bắt đầu được vào sân khấu. Apple yêu cầu khách mời chuyển thiết bị sang chế độ im lặng để sự kiện bắt đầu.

Theo đồng hồ đếm ngược, chỉ còn chưa đầy 15 phút nữa sẽ diễn ra sự kiện ngày 9/9 của Apple, một sự kiện mà Apple không hề nói trước bất cứ gì, chỉ "ước gì có thể nói nhiều hơn" (Wish we could say more). Hy vọng chúng ta sẽ được chiêm ngưỡng mẫu iPhone mới và cả iWatch.

Nguồn: ICTnews

6.6. TỔ CHỨC MỘT SỐ SỰ KIỆN KHÁC

6.6.1. Tổ chức lễ khai trương, khánh thành.

6.6.1.1. Khái niệm

Tổ chức lễ khai trương là một sự kiện vô cùng quan trọng và ý nghĩa của bất kỳ các hộ kinh doanh cá nhân, doanh nghiệp và các công ty. Sự kiện là cột mốc đầu tiên trong quá trình ra mắt của doanh nghiệp, hộ kinh doanh và các công ty. Đánh dấu sự khởi đầu đầy hứa hẹn của doanh nghiệp về sau này.

6.6.1.2. Quy trình tổ chức

A. Chuẩn bị trước ngày diễn ra lễ khai trương

Ở bất kỳ sự kiện nào, để có một buổi lễ diễn ra hoàn hảo thì doanh nghiệp cần lên một kịch bản khai trương đầy đủ gồm các hạng mục:

- Lên danh sách, số lượng khách mời
- Lựa chọn thời gian, địa điểm tổ chức
- Thiết kế và in ấn các ấn phẩm dùng trong sự kiện: Sân khấu, backdrop, standee, băng-rôn, photobooth chụp hình, thiệp mời, ...
- Liên hệ các nhà thầu thi công và cung cấp thiết bị, nhân sự chạy sự kiện
- Lên kịch bản chạy chương trình, kịch bản lời dẫn MC

B. Setup, thi công, trang trí buổi lễ khai trương

Dựa vào danh sách các hạng mục cần chuẩn bị cho buổi lễ khai trương, tiến hành thi công lần lượt các hạng mục một cách nhanh chóng và sắp xếp thời gian thi công hợp lý tránh làm ảnh hưởng đến thời gian bắt đầu buổi lễ. Khâu chuẩn bị cần được chăm chút cẩn thận để buổi lễ khai trương được diễn ra suôn sẻ.

Việc thi công cũng nên làm theo kế hoạch kịch bản để phù hợp và khớp với nội dung, ý nghĩa của buổi lễ khai trương.

1. Khu vực bên ngoài

- Trang trí cổng chào: Có thể dựng bằng cổng hơi, cổng bóng hoặc dựng khung theo như thiết kế
- Lối vào khu vực lễ: Treo banner và đặt standee dọc hai bên lối đi; Trãi thảm đỏ (Hoặc thảm theo màu doanh nghiệp) giữa lối đi dẫn vào hội trường buổi lễ
- Dựng cột barie gắn kết thành hàng rào, tạo đường đi cho quan khách tham dự ra vào nơi diễn ra sự kiện.

- Băng rôn đón khách được treo chính giữa cổng chính ra vào nơi diễn ra sự kiện

2. Khu vực sân khấu lễ khai trương

- Dụng sàn sân khấu, trải thảm sàn sân khấu
- Dụng khung treo backdrop hoặc lắp đặt màn hình led (tùy vào quy mô của buổi lễ khai trương)
- Lắp đặt hệ thống âm thanh, ánh sáng phù hợp với sân khấu
- Trang trí lẵng hoa chào mừng khai trương, bóng bay, pháo điện, pháo giấy ...

3. Khu vực quanh sân khấu

- Lắp đặt hàng rào bảo vệ, cột barie làn đường dành cho đại diện doanh nghiệp lên sân khấu phát biểu
- Bố trí bàn lễ tân và chuẩn bị sẵn đồ cắt băng khai trương, hoa tặng đại biểu

4. Khu vực dưới sân khấu

- Ghế ngồi cho khách mời tới tham dự. Tại bàn VIP đặt thêm bảng tên đại biểu tham dự và lẵng hoa cho thêm phần trang trọng
- Bọc đầy đủ áo ghế và thắt nơ theo màu của doanh nghiệp
- Chuẩn bị đồ uống cho khách mời tham dự trong thời gian diễn ra sự kiện
- Bàn ghế được sắp xếp ngay ngắn, thẳng hàng và phải chuẩn bị đủ ghế cho tất cả các khách mời

5. Khu vực check in đón khách

- Sắp xếp bàn lễ tân tiếp đón khách
- Bố trí các bàn tiệc teabreak gồm hoa quả, bánh ngọt, trà, cafe, nước ép cho khách tham dự trong khi chờ diễn ra sự kiện.

Ngoài các hạng mục cần thi công, trang trí ở trên, chúng ta nên chuẩn bị thêm các thiết bị, đồ dùng lưu động trong buổi lễ như: Quạt công nghiệp công suất lớn, máy phát điện dự phòng, phong bạt che nắng, mưa cho quan khách.

Một buổi lễ khai trương cần chuẩn bị rất nhiều hạng mục, công việc của bạn không chỉ là liên hệ với các đơn vị cung cấp thiết bị, đơn vị thiết kế mà còn



phải giám sát, theo dõi xuyên suốt quá trình thi công, thiết kế nhằm đảm bảo mọi thứ đúng tiến độ và phù hợp với thông điệp, ý nghĩa của buổi lễ. Điều này không phải là dễ dàng.

Ngoài ra, việc tính toán chi phí hợp lý và phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp cũng là một bài toán mà bạn cần phải cân nhắc kỹ lưỡng và có những phương án phù hợp tránh những trường hợp phát sinh trong sự kiện.

6.6.1.3. Kịch bản lễ khai trương ấn tượng

Nội dung buổi lễ

- + Tiến hành đón khách và cài hoa đại biểu lên áo
- + Lân sư rồng múa mở màn
- + Văn nghệ chào mừng
- + Dẫn chương trình (yêu cầu nắm rõ kịch bản và uyển chuyển thay đổi khi cần thiết)
- + Tuyên bố lý do
- + Giới thiệu đại biểu
- + Giới thiệu phát biểu của doanh nghiệp (chủ đầu tư, lãnh đạo ban Chính quyền địa phương...)
- + Nghi thức lễ khánh thành: cắt băng khánh thành, nghi thức đặc biệt
- + Tiếp tân tiễn khách ra về, tặng quà (nếu có).
- + Kết thúc buổi lễ.

1. Checkin đón khách tham dự

Một buổi lễ khai trương chuyên nghiệp được đánh giá ngay từ khâu tiếp khách mời. Chính vì vậy, khâu tiếp đón khách cần đảm bảo diễn ra một cách chu đáo để tạo thiện cảm và ấn tượng tốt cho khách mời tham dự

Các bước để bạn đón khách tham dự buổi lễ khai trương gồm những bước sau:

- Bố trí nhân sự hướng dẫn quan khách ra điểm đỗ xe, tiếp đón và nhận hoa chúc mừng từ khách để đưa vào hội trường sân khấu chính

- Tại khu vực cổng sự kiện, bố trí PG đón khách và hướng dẫn khách tiến vào khu vực sảnh chính
- Tại bàn lễ tân, PG lấy thông tin khách mời và mời khách sử dụng taebaek đã được chuẩn bị sẵn trước đó trong lúc chờ buổi lễ bắt đầu.
- Đại diện đứng chào khách và mời khách vào chỗ ngồi đã được sắp xếp trước đó
- Đội lân sư rồng nhảy múa biểu diễn mở màn đón khách, tạo không khí náo nhiệt trước buổi lễ

2. Văn nghệ chào mừng

Các tiết mục văn nghệ trong buổi lễ là cách thu hút các khách hàng hướng về sân khấu chính một cách nhanh nhất. Đặc biệt, tiết mục mở màn đặc sắc sẽ tạo hứng thú cho khách mời và để lại ấn tượng tốt.

3. Khai mạc chương trình

- MC xuất hiện giới thiệu, giải thích lý do tổ chức và giới thiệu các khách mời, đại biểu
- Trình chiếu các video giới thiệu về doanh nghiệp
- Đại diện lãnh đạo doanh nghiệp lên phát biểu chào mừng, chia sẻ cảm nghĩ và tầm nhìn chiến lược của doanh nghiệp trong tương lai
- Đại diện khách mời có tầm ảnh hưởng đến sự kiện lên phát biểu, gửi lời chúc tốt đẹp cho doanh nghiệp

4. Nghi thức cắt băng khai trương

Cắt băng khai trương là nghi lễ không thể thiếu ở mỗi sự kiện khai trương.

- PG chuẩn bị bộ cắt băng và di chuyển lên sân khấu chính
- MC mời lãnh đạo doanh nghiệp và đại biểu lên tiến hành nghi lễ cắt băng khai trương
- Sau khi cắt băng, kỹ thuật viên ở sau hậu đài sẽ cho nổ pháo điện và pháo trang kim đã được chuẩn bị sẵn trên sân khấu
- PG đưa rượu và ly tiến lên sân khấu
- MC mời lãnh đạo doanh nghiệp và đại biểu lên khai sâm panh chúc mừng.

- Sau khi cắt băng, lãnh đạo dẫn khách mời đi tham quan khu vực khai trương và giới thiệu các sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp cho các khách mời cùng trải nghiệm.

5. Giao lưu tương tác với các khách mời

- Biểu diễn các tiết mục văn nghệ xen kẽ tạo không khí sôi động cho buổi lễ khai trương

- Tổ chức mini game tương tác khách mời

- Bốc thăm trúng thưởng và trao quà cho các khách mời may mắn, thu hút quan khách tham dự đến cuối chương trình

- Mời khách dùng tiệc (nếu có)

6. Kết thúc buổi lễ khai trương

- Đại diện doanh nghiệp phát biểu gửi lời cảm ơn đến các khách mời tham dự trong chương trình

- Chụp hình lưu niệm với các đối tác, khách mời

- Lễ tân chào khách và tặng quà (nếu có)

- Bố trí nhân sự tiễn khách ra xe, đón xe

- Thu dọn thiết bị dọn dẹp vệ sinh địa điểm nơi tổ chức buổi lễ khai trương

Sự kiện khai trương có thành công hay không đều phụ thuộc cả vào kịch bản lễ khai trương có nội dung hấp dẫn, có tính sáng tạo độc đáo hay không.

*Bảng 6.6. Ví dụ kịch bản chương trình lễ khai trương***KỊCH BẢN KHAI TRƯƠNG SHOWROOM MAZDA LÊ VĂN LƯƠNG****Thông tin chung:****Địa điểm:** Lê Văn Lương – Hà Nội**Thời gian:** 28/11/2011**Khách mời:**

Kính gửi: Công ty AHC Auto

PHẦN I. LỄ KHAI TRƯƠNG

- 09:30 – 10:00: Đón tiếp và ổn định khách dự lễ
- 10:00 – 10:05: MC giới thiệu chương trình, đại biểu
- 10:05 – 10:10: Phát biểu của Giám Đốc Mazda Lê Văn Lương
- 10:10 – 10:15: Giám đốc kinh doanh khu vực Bắc Bộ Vina

NGHI THỨC CẮT BĂNG

- 10:15 – 10:25: MC mời 5 đại biểu lên sân khấu làm nghi lễ cắt băng, pháo trang kim tạo không khí hoành tráng
- 10:25 – 10:30: PG chuyển ly rượu lên sân khấu cho các VIP, MC mời các đại biểu cùng nâng ly chúc mừng (sử dụng 5 ly vang đẹp cho VIP sử dụng trên sân khấu)

PHẦN II: RA MẮT XE MAZDA 2

- 10:30 – 10:35: MC giới thiệu phần 2
- 10:35 – 10:45: MC chuyển mic cho 2 nhân viên showroom giới thiệu về 2 dòng xe: CX9, Mazda 6

MÀN RA MẮT XE MAZDA 2

- 10:45 – 10:55: MC mời toàn bộ quan khách hướng lên sân khấu, chứng kiến lễ ra mắt của chiếc Mazda 2, xe xuất hiện kết hợp hiệu ứng khói sân khấu tạo cảm giác ấn tượng
- 10:55 – 11:00: Nhân viên showroom giới thiệu về Mazda 6
- 11:00 – 11:15: MC cảm ơn khách tham dự và mời khách dự tiệc nhẹ chiêu đãi

PHẦN III: TRAO CHÌA KHÓA CHO KHÁCH HÀNG ĐẦU TIÊN

- 11:15 – 11:20: Trao chìa khóa cho khách hàng đầu tiên (MC phỏng vấn 1 số câu hỏi với khách)
- 11:20 – 11:30: MC tuyên bố kết thúc, tiễn khách

6.6.2. Tổ chức sự kiện họp báo

Tổ chức sự kiện họp báo mục đích là giới thiệu cho giới báo chí biết đến và họ sẽ đăng lên các tờ báo của mình. Các chương trình cần tổ chức họp báo như: lễ ra mắt một sản phẩm mới, giới thiệu ca khúc mới, giới thiệu bộ sưu tập, giới thiệu một khóa học mới...

6.6.2.1. Quy trình tổ chức một sự kiện họp báo

1. Chuẩn bị nội dung họp báo

Phần nội dung chính là quan trọng nhất, bởi vì nội dung phải kỹ lưỡng thu hút, có điểm nhấn và được quan tâm bởi dư luận thì không cần mời, các nhà báo cũng sẽ tự tìm đến. Hơn nữa nếu mời các tờ báo có uy tín thì họ sẵn sàng cử người đến tham dự buổi lễ.

2. Chuẩn bị địa điểm tổ chức họp báo

Các cuộc họp báo thường được tổ chức ở những khách sạn, trung tâm hội nghị được trang bị đầy đủ thiết bị, khi chuẩn bị địa điểm cần lưu ý những vấn đề sau:

- Địa điểm phù hợp với tầm vóc và quy mô của công ty nói chung, và quy mô của buổi họp báo nói riêng.
- Địa điểm phù hợp với số lượng người tham dự, thuận tiện cho việc đi lại, set up....
- Xem xét và cân nhắc những yêu cầu từ phía khách hàng.

Ngoài các yếu tố liên quan đến kỹ thuật ra thì các điều kiện khác cũng cần được đảm bảo như hệ thống âm thanh và ánh sáng tốt, bàn ghế, không gian được trang trí lịch sự, nhã nhặn, không quá màu mè.

3. Thời gian tổ chức họp báo

Thời gian của một cuộc họp báo thường là một buổi, tốt nhất là vào buổi sáng, tránh tổ chức vào buổi chiều tối, các ngày nghỉ cuối tuần.

4. Lên danh sách khách mời

Lời mời được đưa đến các phóng viên ở đây thường gửi đi dưới dạng lời mời tư vấn truyền thông. Do vậy, lời mời này cần thể hiện được sự lịch thiệp, trang trọng và phải ngắn gọn để thông tin đầy đủ các vấn đề: Chủ đề buổi họp

báo, địa điểm tổ chức, thời gian diễn ra họp báo, những khách mời có mặt và trả lời phỏng vấn.

Trước khi cuộc họp báo diễn ra một ngày, cần gọi xác nhận với giới phóng viên và khách mời.

5. Chuẩn bị tài liệu họp báo

- Làm thông cáo báo chí: thông tin về công ty, sản phẩm sắp giới thiệu.
- Chuẩn bị kịch bản MC
- Chuẩn bị video về sản phẩm .
- Chuẩn bị bài phát biểu của các nhân vật.

6. Làm việc với MC

Khi lựa chọn MC dẫn chương trình cho buổi họp báo phải đáp ứng được các tiêu chí: Nói rành mạch và đúng những nội dung được chuẩn bị trước để đảm bảo mọi người đều có thể nghe được. MC cũng không nên nhắc lại hay nói tóm tắt lại các quan điểm của các người phát biểu đưa ra bởi phần tóm tắt này có thể bị sai lệch, gây nhiễu thông tin. MC có thể làm giảm sự căng thẳng của bầu không khí cuộc họp báo bằng tác phong lịch sự, nụ cười nhẹ nhàng. Trước mặt báo giới, MC không nên có những cử chỉ hài hước, vui nhộn.

7. Chuẩn bị công việc của lễ tân

Cung cấp lễ tân đón tiếp khách mời, nhà báo, phát thông cáo báo chí cho khách mời, phóng viên

- Gửi quà tặng (có giá trị sử dụng và quảng cáo)

6.6.2.2. Kịch bản họp báo

Bảng 6.7. Kịch bản tổ chức họp báo của công ty thời trang Việt**KỊCH BẢN KHUNG**

CÔNG TY THỜI TRANG VIỆT

NHÂN HÀNG NINOMAXX

EVENT HÈ ĐA SẮC

Thời gian: 8H30 ngày 15/06/2010 - Địa điểm: Rex hotel

KỊCH BẢN ĐỀ CƯƠNG

ST T	THỜI GIAN	MỤC	NỘI DUNG
1	8h30 - 9h30	Tiếp đón	- 2 PG ở cổng - 2 PG ở bàn lễ tân xác nhận khách mời có mặt (ký tên, khách gửi name card, tiếp tân gửi press kit)
2	9h30 - 9h35	Warm up	Vũ điệu Hawaii
3	9h35- 9h45	Mở màn	- MC chào đón và tuyên bố lý do, giới thiệu nội dung chương trình - Giới thiệu sơ nét về bộ sưu tập mới với chủ đề "Hè đa sắc"
4	9h45 - 10h 15	Fashion show	- Người mẫu đi từ cánh gà, tạo dáng sau tấm kính rồi trình diễn
5	10h15 - 10h25	Phát biểu	- MC mời phát biểu - Đại diện Ninomaxx phát biểu về bộ sưu tập và cảm ơn các phóng viên, khách mời đến tham gia
6	10h25 - 10h55	Q&A	- MC mời nhà báo đặt câu hỏi - Đại diện Ninomaxx trả lời
8	10h55 - 11h10	Lucky draw	3 giải đặc biệt voucher 2 triệu đồng 5 giải khuyến khích giảm giá 50% hóa đơn mua hàng
9	11h10 - 11h15	Cảm ơn	- MC thay mặt cảm ơn

KỊCH BẢN CHI TIẾT

CÔNG TY THỜI TRANG VIỆT

NHÃN HÀNG NINOMAXX

EVENT HÈ ĐA SẮC

Thời gian: 8h30 ngày 15/06/2010

KỊCH BẢN CHI TIẾT

TỔ T	THỜI GIAN	MỤC	NỘI DUNG	ÂM THANH	ÁNH SÁNG
		Kiểm tra	- Kiểm tra lần cuối hệ thống ATAS, người mẫu, quần áo, sân khấu, bục phát biểu, tủ kính, dây điện.		
1	8h30 - 9h30	Tiếp đón	- 2 PG ở bàn lễ tân xác nhận khách mời có mặt (ký tên gửi name card, tiếp tân gửi presskit cho phóng viên) - 2 PG dẫn khách vào chỗ ngồi	Nhạc nền sôi động	
2	9h30 - 9h35	Ca nhạc mở màn	- Vũ công mặc đồ sắc sỡ nhảy "Vũ điệu Hawaii"	nhạc Vũ điệu Hawaii	đèn thay đổi màu liên tục
3	9h35- 9h45	MC giới thiệu chtr và bộ sưu tập mới	- <i>Ninomaxx hân hoan chào đón quý vị quan khách đã đến tham dự buổi họp báo giới thiệu bộ sưu tập mới "Hè đa sắc" của Ninomaxx</i> - <i>Kính thưa quý vị, mùa hè đã đến đó là lý do tất cả chúng ta có mặt tại đây.</i> - <i>Đến tham dự buổi họp báo ngày hôm nay, trân trọng giới thiệu</i>	- Nhạc chào mừng sau lần cuối giới thiệu đại biểu	- ánh sáng nhẹ
4	9h45 - 10h 15	Fashion show	- <i>Và sau đây là giây phút được mong đợi nhất trong ngày hôm nay, đó chính là giây phút ra mắt bộ sưu tập mới</i> - Lần lượt các người mẫu đi từ cánh gà, tạo dáng sau tấm kính rùi trình diễn đi về phía khán giả	Nhạc trình diễn	đèn thay đổi màu liên tục

5	10h15 - 10h25	Phát biểu	- Trân trọng giới thiệu Ông -của Ninomaxx có đôi lời cùng phát biểu - Đại diện Ninomaxx phát biểu về bộ sưu tập và cảm ơn các PV đến tham gia		
6	10h25- 10h55	Q&A	- Sau đây là phần Questions and Answer, xin mời các phóng viên đặt câu hỏi. Xin mời Ông - Thay mặt Ninomaxx trả lời câu hỏi - Đại diện trả lời	Nhân viên kỹ thuật chuyển micro	
7	10h55 - 11h10	Lucky Draw	- MC dẫn mời khách VIP hoặc khán giả tình cờ lên bốc thăm - 3 giải đặc biệt voucher 2 triệu - 5 giải khuyến khích tặng 50% hóa đơn mua hàng		
8	11h10 - 11h15	Cảm ơn + chào	- MC thay mặt cảm ơn + chào tạm biệt		

6.6.3. Tổ chức workshop

6.6.3.1. Workshop là gì?

Tại Việt Nam, Workshop được biết đến như một buổi rèn luyện (training) trao đổi kiến thức, phương pháp, kỹ năng trong một lĩnh vực cụ thể. Những buổi **tổ chức Workshop** thường được quản lý bởi các tổ chức giáo dục hay công ty/ doanh nghiệp với mục đích đem đến cơ hội phát triển chuyên môn cho đội ngũ nhân viên.

Tùy theo chủ đề workshop mà diễn giả (speaker) sẽ được lựa chọn phù hợp giúp trao đổi với các bạn tham gia. Các workshop thường kéo dài 2-4 tiếng, với 2 hoạt động chính, thứ nhất là những bài nói chuyện của khách mời và thứ hai là Q&A (hỏi đáp).

Đặc biệt, với doanh nghiệp WS được coi như một chiến lược Marketing nhằm cung cấp cho khách hàng kiến thức họ cần và đưa ra giải pháp của bên mình từ đó tạo uy tín và thuyết phục khách hàng sử dụng sản phẩm. Sự kiện hoàn toàn có thể được tổ chức theo hình thức bán vé và lên thiết kế chương trình chuyên nghiệp cùng các diễn giả đầy kinh nghiệm tham dự.

Hình thức tổ chức workshop ngày càng đa dạng và phát triển dựa trên các ngành hàng khác nhau. Nếu như 4 năm trước đây, hình thức workshop chỉ

phổ biến và được quản lý bởi hội nhóm sinh viên hoặc các tổ chức phi chính phủ thì sự kiện này đang ngày càng được đánh giá cao trong các doanh nghiệp và công ty lớn. Và nếu workshop truyền thống dành cho nhân sự nội bộ của tổ chức (học sinh, sinh viên, nhân viên, chuyên viên...) thì workshop hiện đại mở rộng đối tượng tham dự là khách hàng, đối tác tiềm năng cùng quy mô lớn.

Đối tượng khách tham dự của Workshop chính là khách hàng và đối tác của công ty. Mục đích của sự kiện sẽ cung cấp cho khách hàng kiến thức, thông tin họ cần và đưa ra giải pháp từ đó tạo dựng uy tín và thuyết phục được khách hàng sử dụng và mua sản phẩm của doanh nghiệp. Do đó, tại các buổi sự kiện workshop, khách tham dự sẽ có cơ hội tham quan và trải nghiệm nhiều sản phẩm của công ty và trải nghiệm không gian sự kiện được đầu tư thiết kế chuyên nghiệp.

Khi mở rộng tệp đối tượng khách tham dự sự kiện workshop, số lượng các đối tượng tiềm năng như khách hàng, đối tác và nội bộ công ty có thể lên tới 500 khách. Đối với sự kiện quy mô lớn, cần chọn địa điểm tổ chức workshop phù hợp như các trung tâm yến tiệc hội nghị để được trang bị cơ sở vật chất hiện đại. Khi tổ chức workshop với số lượng khách lớn, các đơn vị tổ chức cần thiết kế sân khấu sự kiện, hệ thống trình chiếu màn hình rộng (màn hình LED là một sự lựa chọn phù hợp), hiệu ứng âm thanh ánh sáng linh hoạt phù hợp với chương trình.

Một khi thương hiệu định hướng tổ chức workshop như dịp giới thiệu dịch vụ đặc trưng, thông tin kiến thức chuyên môn của ngành hàng đến độc giả. Sự kiện có thể được tổ chức theo hình thức bán vé và lên thiết kế chương trình chuyên nghiệp cùng các diễn giả đầy kinh nghiệm tham dự. Vậy nên, sự kiện Workshop hiện đại xuất hiện các hạng mục đặc trưng sau:

Nhà tài trợ (Sponsor): Nhân vật hậu thuẫn đắc lực cho sự kiện workshop nhưng không tham dự vào các phiên thảo luận.

Người điều phối (Facilitator): Thành viên quan trọng trong tất cả các phiên đàm thoại để dẫn dắt các chủ đề, cũng như tạo điều kiện cho việc ra quyết định và giải quyết xung đột. Đặc biệt, trong các sự kiện workshop lớn, điều phối viên có thể được coi là MC khi trao đổi với các diễn giả.

Người ghi chép (Note – taker): cũng giống như workshop truyền thống, người ghi chép lưu giữ lại các thông tin quyết định cũng như các đóng góp ý kiến từ khán giả.

Người giám sát thời gian (Time-keeper): Khi tổ chức chương trình workshop lớn, Time – keeper đảm bảo các hạng mục trong chương trình nghị sự chạy đúng khung thời gian và quản lý tiến độ của các phiên thảo luận. Hình thức tổ chức workshop ngày càng đa dạng đi cùng với sự xuất hiện của nhiều hạng mục mới sẽ trở thành thử thách của ban tổ chức. Để gánh bớt khối lượng công việc của sự kiện, ban tổ chức sẽ cần đồng hành cùng một đội ngũ chuẩn bị tiệc chu đáo và dày dặn kinh nghiệm tại địa điểm tổ chức.

6.6.3.2. Các hình thức tổ chức workshop phổ biến

a. Workshop đào tạo

Tổ chức workshop đào tạo thường bởi nội bộ công ty nhằm nâng cao nghiệp vụ, tác phong làm việc cho nhân viên. Những năm gần đây, đối với các ngành nghề như thiết kế, digital marketing, một số agency lớn cũng tổ chức workshop mở rộng bên ngoài, hướng đến các đối tượng muốn nâng cao chuyên môn. Người tham gia ngoài việc được học hỏi trực tiếp từ những chuyên gia hàng đầu còn được trực tiếp thực hành, rèn luyện thêm.

b. Workshop chia sẻ kinh nghiệm

Tổ chức workshop chia sẻ kinh nghiệm là hình thức tổ chức workshop phổ biến và dễ dàng tổ chức nhất. Quy mô cho loại hình này là từ vài chục đến vài trăm người và kéo dài từ 3-4 tiếng. Đúng như tên gọi, workshop chia sẻ kinh nghiệm sẽ có khoảng 2/3 thời lượng chương trình là phần trình bày của diễn giả về những gì đã trực tiếp tích lũy, đúc kết được. Phần còn lại dành cho Q&A (Hỏi và đáp) giữa khán giả và diễn giả.

c. Bootcamps

Bootcamps là buổi tập huấn tập trung mà người tham dự thường sẽ phải dành toàn bộ thời gian để tham gia. Một bootcamps có thể có quy mô từ 100 lên đến 1000 người, kéo dài trong 2-3 ngày hay thậm chí 1 tuần tùy thuộc vào nội dung chương trình. Thông thường, bootcamps sẽ tập trung nhiều chuyên gia, diễn giả nổi tiếng với nội dung tập huấn có bản quyền từ các trường đại học

danh giá trên thế giới. Với nội dung chất lượng như vậy, người tham gia có thể bỏ từ một đến hơn mười triệu đồng để tham dự một khóa bootcamps.

6.6.3.3. Các bước thực hiện thành công cho buổi Workshop

Bước 1: Chuẩn bị

Bước đầu tiên này cũng khá quan trọng, nếu chuẩn bị tốt sẽ tạo điều kiện cho việc tiến hành workshop thành công. Vì vậy để chuẩn bị cho buổi WS, các bạn tiến hành một số công việc sau:

- Xác định rõ mục đích và kết quả đầu ra cho buổi workshop.
- Xác định các bên liên quan cần tham gia workshop.
- Xác định người ghi chép và người điều phối buổi workshop.
- Tạo ra một chương trình (agenda) với các hoạt động tương tác phù hợp.
- Xác định phương thức để ghi lại.
- Lên kế hoạch cho buổi workshop.
- Mời các đối tượng liên quan tham dự workshop.
- Lựa chọn địa điểm phù hợp, bài trí phòng tổ chức workshop, chuẩn bị các trang thiết bị, học cụ cần thiết cho Workshop.
- Gửi chương trình hoặc các kịch bản nếu có đến những người tham dự chuẩn bị giúp tăng hiệu quả trong buổi workshop.
- Nếu có thể thì nên tiến hành phỏng vấn các đối tượng tham dự trước khi tham gia workshop.

Bước 2: Xác định vai trò của từng đối tượng

Để tiến hành một workshop thành công thì các bạn cần xác định rõ công việc và trách nhiệm của từng đối tượng. workshop là gì

- Nhà tài trợ: là người hậu thuẫn cho workshop nhưng có thể không phải là người tham dự phiên làm việc và không chịu trách nhiệm cho kết quả đầu ra.
- Người điều phối: là người điều hướng cho workshop, giới thiệu các mục tiêu và chương trình của buổi workshop, hướng các thành viên tham dự theo cấu trúc và quy tắc của workshop, giữ các hoạt động bám theo mục tiêu và kết quả kỳ vọng đầu ra,

- Người ghi chép: từ định dạng đã được xác định trước, theo dõi các mục hoặc vấn đề mà chưa thực hiện trong buổi workshop.
- Người quản lý thời gian: là người theo dõi thời gian dành cho các hạng mục theo agenda của workshop.
- Người tham dự: bao gồm các đối tượng liên quan và các chuyên gia trong lĩnh vực. Đây là những người cung cấp dữ liệu, những quan điểm của mình, lắng nghe những quan điểm của người khác, cùng thảo luận vấn đề trong Workshop.

Bước 3: Thực hiện workshop

Người điều phối sẽ là người tuyên bố mục đích của buổi workshop, các quy tắc, các thông tin liên quan đến buổi WS... Nhiều người có kinh nghiệm sẽ có nhiều lối dẫn dắt thu hút người tham dự hơn. Và trong suốt thời gian diễn ra, người điều phối sẽ duy trì sự tập trung bằng cách xác nhận thường xuyên các hoạt động của buổi WS.

Bước 4: Tổng kết workshop

Sau workshop, người điều phối tiếp tục làm việc với các mục đã thảo luận, ghi nhận trong WS, hoàn thành các tài liệu liên quan, đưa chúng đến người tham dự và các bên liên quan về mục đã được hoàn thành

Bảng 6.8. Kịch bản Workshop

<p>WORKSHOP ẤM THỰC Ý</p> <p>MÓN NGON MÙA GIÁNG SINH</p>
<div style="border: 2px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> <p>SEMINAR</p> </div>
<p>ĐÓN KHÁCH</p> <p>MC chuẩn bị và mời khách ổn định trong khán phòng</p> <p><i>MC off: Nhắc lại 1 -2 lần</i></p> <p>Xin kính chào quý vị, chỉ ít phút nữa thôi, chương trình Workshop MÓN Ý sẽ bắt đầu, thân mời quý anh chị ổn định chỗ ngồi, vui lòng chuyển điện thoại sang chế độ im lặng.</p>

Xin trân trọng cảm ơn!

MỞ ĐẦU CHƯƠNG TRÌNH

Host chào mừng khách mời

Chào mừng tất cả mọi người đã đến tham gia chương trình **workshop MÓN Ý – Thưởng thức mì Ý đúng điệu**, dưới sự phối hợp tổ chức của nhãn hàng Barilla và trường du lịch Huế trong buổi sáng hôm nay.

Duy Nhân rất hân hạnh khi đồng hành cùng các bạn trong suốt buổi workshop lần này. Lời đầu tiên, thay mặt cho BTC chương trình, chân thành cảm ơn sự có mặt của quý anh chị buổi sáng nay. Mặc dù thời tiết hôm nay không được thuận lợi, nhưng các chị vẫn đã rất nhiệt tình và trân trọng chương trình, vượt qua mưa gió để có mặt trong khán phòng workshop của du lịch Huế lúc này.

Quý khách mời thân mến, nhãn hàng Parille (thuộc công ty thực phẩm Ân Nam Finefood) là một trong những thương hiệu hàng đầu thế giới trong lĩnh vực ẩm thực, nhất là ngành hàng mì Ý và sốt thịt băm. Barilla trong suốt nhiều năm có mặt tại Việt Nam cũng đã trở thành sự lựa chọn quen thuộc của các nhà hàng – khách sạn lớn trên khắp cả nước. Còn với Hướng nghiệp Á Âu - là đơn vị đầu ngành trong lĩnh vực đào tạo và phát triển ngành F&B tại Việt Nam. HNAAu không ngừng nỗ lực tìm kiếm, mở rộng hợp tác với những nhãn hàng tên tuổi trong và ngoài nước để mang lại cho cộng đồng yêu ẩm thực, các học viên nhiều hơn những cơ hội giao lưu, trải nghiệm thực tế về nghề.

Ngày hôm nay, nhân dịp Giáng sinh, tại Reach Huế, với sự đồng tổ chức cùng **nhãn hàng Parille** – là đơn vị tài trợ sản phẩm mì Ý và sốt thịt băm - chúng tôi vinh hạnh mang đến buổi workshop MÓN ngon mùa Giáng sinh, như một món quà đặc biệt dành tặng đến quý chị em phụ nữ. Chúng ta sẽ cùng nhau tìm hiểu và trải nghiệm về các món ăn mang hương vị Ý đúng điệu.

Một lần nữa, BTC chương trình mến chúc anh chị có mặt buổi sáng hôm nay thật nhiều sức khỏe, thật nhiều những cảm hứng tươi mới mỗi ngày, luôn thành công trong công việc cũng như hạnh phúc với tổ ấm của mình. Chúc các chị sẽ có một ngày thật thú vị và đáng nhớ!

Trước khi chúng ta cùng nhau tìm hiểu sâu hơn về các sản phẩm trong chương trình hôm nay, Em xin được phép giao lưu với các chị em một xíu nhé!

- Xin chào chị, chị cho em biết tên của mình được không ạ?

- Từ trước đến giờ, chị có hay ăn mì Ý không ạ?
- Anh/Chị đã bao giờ tự tay làm món ăn này bao giờ chưa?

....

Em thấy là các anh chị ở đây đều biết và đều yêu thích món mì Ý. Và E cũng tin là gia đình ở nhà mình cũng vậy, cũng thích ăn mì Ý, spaghetti lắm đúng không ạ? Vậy thì sau hôm nay, hi vọng chúng ta có thể tự tay chế biến những đĩa mì Ý thật ngon ở nhà cho gia đình mình cùng thưởng thức nhé!

NHÃN HÀNG GIỚI THIỆU

Như các chị cũng đang nhìn thấy trong khán phòng workshop chúng ta hôm nay có rất nhiều sản phẩm đến từ Parille. Các a chị có thể đã nhìn thấy đâu đó ở trong các siêu thị rồi đúng không ạ? Và để biết rõ hơn các thông tin về nhãn hàng này, E xin mời các chị cùng chào đón chị Mai Lan – đại diện nhãn hàng Parille – Công ty thực phẩm Ân Nam sẽ có đôi lời giới thiệu về các sản phẩm chất lượng nhất của mình. Xin trân trọng mời chị Mỹ Kim

Cảm ơn chị Phương Uyên và những chia sẻ của mình.

CHEF TRÌNH DIỄN VÀ HƯỚNG DẪN

Các chị em thân mến, những món ăn ngon và chất lượng nhất luôn cần đến đôi tay tài hoa của các đầu bếp. Và hôm nay, workshop của chúng ta cũng sẽ chào đón một vị đầu bếp có nhiều kinh nghiệm trong ẩm thực Âu, người sẽ giúp chúng ta trải nghiệm những món ăn mới mẻ và hấp dẫn. Xin hân hạnh giới thiệu đầu bếp

.....

Xin chào anh, anh có thể giới thiệu đôi điều về bản thân mình cho các chị em ở đây được biết không ạ?

Anh thân mến, với kinh nghiệm nhiều năm làm nghề bếp của mình, anh có ấn tượng gì với ẩm thực nước Ý cũng như về nhãn hàng Barilla không ạ?

Vậy trong buổi workshop này, anh sẽ mang đến những món ăn gì cho khách mời vậy ạ?

Vậy xin mời anh cùng hướng dẫn nhé!

COOKING CONTEST

TẬP TRUNG ĐỘI THI

THI NẤU ĂN

MC remind về thời gian thi: Thời lượng: 1 tiếng 30 phút (bao gồm thời gian sơ chế, nấu và dọn dẹp vệ sinh)

MC remind về việc vệ sinh CCDC sau khi thực hiện xong

MC remind hướng dẫn HV mang thành phẩm lên phòng workshop, chuẩn bị cho phần chấm điểm.

GIÁM KHẢO CHẤM ĐIỂM

Sau đây, xin công bố giải thưởng của chương trình

TRAO GIẢI VÀ CHỤP ẢNH.

Trên tay E đã có kết quả của cuộc thi hôm nay. Nhưng trước hết, E rất cảm ơn các đội thi hôm nay đã hết mình với phần thi của mình, giải thưởng này chúng ta xem như là một sự may mắn nhé, vì thực sự ai cũng đã cố gắng hết mình và đều hoàn thiện được thành phẩm rất đáng khen của mình.

KẾT THÚC CHƯƠNG TRÌNH

Xin được cảm ơn nhãn hàng Parille và trường đã cùng mang đến cho chúng ta một buổi workshop bổ ích và thật đáng nhớ.

Và hơn hết, xin cảm ơn tất cả các khách mời đã đến tham gia chương trình. Hi vọng từ nay các anh chị sẽ có thêm nhiều món ăn ngon tại gian bếp nhà mình. Hẹn gặp lại quý vị trong các chương trình tiếp theo của trường du lịch Huế & Parille.

Nguồn: Sự kiện Á Châu

CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 6

1. Trình bày quy trình và cách thức tổ chức một số loại tiệc: tiệc cưới, tiệc sinh nhật?
2. Các loại hình Gala Dinner và mục đích từng loại? Lấy ví dụ và lập kịch bản một chương trình Gala Dinner?
3. Sự khác nhau giữa hội nghị và hội thảo? Các công việc chuẩn bị tổ chức hội thảo?
4. Những lưu ý khi tổ chức sự kiện quảng bá sản phẩm?
5. Trình bày các công việc chuẩn bị và quy trình tổ chức một cuộc họp báo?

BÀI TẬP THỰC HÀNH

Chủ đề: Thực hành tổ chức, điều hành, quản lý sự kiện Gala Dinner chia tay sinh viên

HƯỚNG DẪN THỰC HÀNH

1. Mục tiêu thực hành

Thực hiện điều hành các công việc cụ thể cho sự kiện Gala Dinner chia tay sinh viên

2. Chuẩn bị

- Bảng danh mục các hoạt động tổ chức sự kiện
- Bản chương trình, kế hoạch tổ chức sự kiện
- Kịch bản chương trình tổ chức sự kiện
- Kịch bản dẫn

3. Trình tự thực hiện

Bước 1: Chuẩn bị sự kiện

Bước 2: Tổ chức khai mạc sự kiện

Bước 3: Điều hành diễn biến sự kiện

Bước 4: Điều hành kết thúc sự kiện

4. Tiêu chí đánh giá

STT	Nội dung đánh giá	Điểm tối đa
1	Chuẩn bị đầy đủ kịch bản, dự toán ngân sách, kế hoạch phân công nhân sự.	2
2	Kiểm soát được các hoạt động đón tiếp, khai mạc, diễn biến sự kiện theo đúng kịch bản	2
3	Quản lý, điều phối, phân công nhân sự hợp lý	2
4	Xử lý được các tình huống phát sinh trong sự kiện	2
5	Thực hiện đúng quy trình	2
	Tổng	10

*Bảng 6.9. Ví dụ kịch bản Gala Dinner sinh viên***GALA DINNER****Thời gian: 18h – 22h ngày 21/4/2018****Địa điểm: Nhà hàng Hồ Cô Tiên**

THỜI GIAN	PHÂN ĐOẠN	NỘI DUNG	CHUẨN BỊ	GHI CHÚ
18:00- 18:15	ĐÓN KHÁCH & HOẠT ĐỘNG BÊN LỀ	Đón khách: chào đón Thành viên về Hội trường tham dự gala buổi tối. Chụp hình lưu niệm trên sân khấu theo từng bộ phận, đội – nhóm	- Backdrop 2x3,95m. - 02 Standee ở hội trường nhỏ - 01 Standee tại nơi check in	Nhạc rộn ràng đón khách.
18:15-18:45	KHAI MẠC	- MC giới thiệu khai mạc - Một vài hoạt động hoạt náo, kết nối thành viên từ MC - Múa Apsara khai tiệc.(Hoặc Huyền thoại đại dương)		Nhạc khai tiệc.
18:45	NHẬP TIỆC	- MC mời Đoàn nhập tiệc - Thường thức âm nhạc nhẹ	MC chuẩn bị nhạc	+ Nhạc



		nhà hàng, thư giãn		nhẹ
19:00-19:15	TIẾT MỤC BÍ MẬT	KHÔNG BẬT MÍ		SINH VIÊN THỰC HIỆN
19:15-19:30	TALENTS SHOW	3 ĐỘI TRÌNH DIỄN.		SINH VIÊN THỰC HIỆN
19:30-20:00	GAMES	Mỗi đội chuẩn bị một trò chơi		SINH VIÊN THỰC HIỆN
20:00 – 20:45	SV – OSCAR	Phần trình diễn tái hiện những tác phẩm điện ảnh siêu kinh điển của thế giới bởi các nhóm teambuilding: Điệp viên 007, Titanic, Tây Du Kí, Super man,...	+ Quà Sinh nhật + Nhạc CMSN + Bánh sinh nhật + Pháo hoa sinh nhật (mỗi người 1 cây)	Mc thực hiện + Đại diện LỚP tặng quà SN (Bánh và quà SN do LỚP chuẩn bị)
20:45 – 21:00	GIAO LƯU CA HÁT	Các thành viên dưới sự hoạt náo và mời gọi của MC để lên sân khấu trình diễn, giao lưu ca hát		Mc thực hiện

		thật ngẫu hứng và đầy niềm vui		
21:10 -21: 30	DANICING	TIẾT MỤC VUI NHỘN CỦA CHƯƠNG TRÌNH VỚI HOẠT ĐỘNG “BƯỚC NHẢY HOÀN VŨ” => MC MỜI TẤT CẢ THÀNH VIÊN LÊN SÂN KHẤU ĐỂ CÙNG HÒA NHẬP.		MC chuẩn bị nhạc MC thực hiện
21:30 – 21:45	Bốc thăm trúng thưởng	Mỗi thành viên LỚP khi tham dự Gala được phát 01 sticker in logo LỚP và số thứ tự để bốc thăm	+ Quà đặc biệt, hài hước	MC, Đại diện của BTC trao quà + MC chuẩn bị quà tặng

Nguồn: Tác giả xây dựng và tổ chức

TÀI LIỆU THAM KHẢO CHƯƠNG 6

[1]. N. Đ. Hòa, *Giải pháp phát triển du lịch hội nghị hội thảo (MICE) tại Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ, 2009.

[2]. Tuyển tập báo cáo hội thảo khoa học " *Du lịch công vụ và phát triển du lịch Việt Nam*", ĐH KHXH&NV, Hà Nội., tháng 12/2003.

[3]. Viện nghiên cứu và đào tạo về quản lý (2005), *Phương pháp và kỹ năng tổ chức hội nghị, hội thảo*", NXB Lao động xã hội.

[4]. Website <https://viet-power.vn>

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. N. Thành Độ, N. N. Huyền *Giáo trình quản trị kinh doanh*, NXB Lao động - Xã hội, 2004.
- [2]. N. T. Độ, N. N. Huyền *Giáo trình chiến lược kinh doanh và phát triển doanh nghiệp*, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, 2002.
- [3]. H. N. K. Giao, *quan hệ công chúng – để người khác gọi ta là PR*, NXB thống kê, 2004.
- [4]. N. V. Hà, *Tổ chức sự kiện*, Trường CĐ Du lịch, Hà Nội, 2009.
- [5]. C. Đ. Hải (chủ biên), *Quản lý lễ hội và sự kiện*, Hà Nội, NXB Trường ĐH Văn hóa,
- [6]. N. Đ. Hòa, *Giải pháp phát triển du lịch hội nghị hội thảo(MICE) tại Việt Nam*, Đề tài NCKH cấp Bộ, 2009.
- [7]. L. V. Nghiêm, *Tổ chức sự kiện*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2007.
- [8]. L. V. Nghiêm, *Marketing dịch vụ*, NXB ĐH Kinh tế quốc dân, Hà Nội, 2008.
- [9]. N. T. M. Thanh, *Quản trị tổ chức sự kiện và lễ hội*, NXB Lao động – Xã hội, 2015.
- [10]. L. K. Thanh, *Kỹ năng tổ chức sự kiện*, Học viện hành chính quốc gia, Hà Nội.
- [11]. Tuyển tập báo cáo hội thảo khoa học " *Du lịch công vụ và phát triển du lịch Việt Nam*", ĐH KHXH&NV, Hà Nội., tháng 12/2003.
- [12]. Viện nghiên cứu và đào tạo về quản lý (2005), *Phương pháp và kỹ năng tổ chức hội nghị, hội thảo*, , NXB Lao động xã hội.
- Các trang web tiếng Việt: www.vneconomy.vn ; www.sukien24.com ; www.tochucsukienvip.com ; www.dulichcaocap.vn ; www.vietnamtourism.edu.vn ; prclub.com.vn ; www.tuoitre.com.vn ;
- www.f-event.com.vn ; www.alogroup.com.vn ; vietnammarcom.edu.vn ; my.opera.com ; www.hct.edu.vn, www.massogroup.com, www.provietnam.com, www.thuonghieuviet.com , vietnambranding.com , su_kien_viet.com.vn, eventchannel.vn , nvevent.net...

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 1

BIỂU MẪU ĐÁNH GIÁ TRONG TỔ CHỨC SỰ KIỆN

CC EVENTS SERVICE TRADING CO., LTD

No 140/46 | Pham Van Chieu Street | Ward 9 | Go Vap dist | TP.HCM

Mobile: 0938 737 857 | 0909 007 857 | 0938 856 211

Email: info@ccevents.vn Website: www.ccevents.vn



"A passion to perfect"

CCEVENTS

Event holding | Communication | Training

Tổ chức Sự kiện | Truyền thông | Đào tạo

THÔNG TIN NHÀ CUNG CẤP

TÊN CÔNG TY :

Địa chỉ:

Người liên hệ:

SĐT:

Tên sự kiện

Ngày sự kiện:

Thời gian:

Địa điểm:

BẢNG KHẢO SÁT CHẤT LƯỢNG CHƯƠNG TRÌNH

STT	Hạng mục	Tiêu chí	Thang điểm					Góp Ý
			Rất tốt	Tốt	BT	Ko tốt	Rất tệ	
I	Hạng mục thiết bị							
1	Backdrop sân khấu khai trương	Khung chắc chắn						
		Bạt căng						
		In màu chuẩn						
		Thi công đúng tiến độ						
2	Bộ cắt băng	Đủ số lượng						

	khánh thành	Đẹp						
		Mới						
		Giao đúng thời gian						
3	Bàn melani phủ khăn	Chấn chấn						
		Đúng kích thước						
		Khăn sạch, đẹp						
4	Pháo kim tuyến	Đủ số lượng trái						
		Bắn đúng thời điểm						
5	Thảm đỏ phủ kín vỉa hè	Đúng kích thước, màu sắc						
		Sạch sẽ						
		Thi công đúng tiến độ						
6	Hệ thống âm thanh (cho 100 khách), ánh sáng	Đủ số lượng như báo giá						
		Chất lượng tốt						
		Người chỉnh âm thanh chuyên nghiệp						
		Hỗ trợ laptop						
		Có các đoạn nhạc hỗ trợ khai trương						
7	Phuon cầm tay	Đúng chất lượng như báo giá						
II	Hạng mục nhân sự							
1	Lễ tân 1m65 trở lên, áo dài đỏ quần vàng	Cao, dáng đẹp, khuôn mặt khả ái						
		Làm việc nhiệt tình						
		Đúng giờ						
		Trang phục đẹp						



2	MC chú hề tổ chức team building	Đúng giờ						
		Hoạt náo nhiều tiết mục, thu hút						
		Linh động						
		Dẫn khai trương tốt						
3	Lân Sư Rồng	Đúng giờ						
		Đẹp						
4	PG show	Đúng giờ						
		Đủ số lượng						
		Năng động, vui vẻ linh hoạt						
		Làm tròn nhiệm vụ được training						
		Phát bóng và tờ rơi đúng đối tượng						
5	Sup	Đúng giờ						
		Điểm danh, điều phối nhân sự						
		Training cho nhân sự						
		Liên hệ với khách hàng						
		Điều phối chương trình						
6	Phát tờ rơi	Đúng giờ						
		Chịu khó						
		Phát tờ rơi đúng đối tượng						

PHỤ LỤC 2

MỘT SỐ MẪU KỊCH BẢN TRONG TỔ CHỨC SỰ KIỆN

1. Kịch bản khung

Chương trình “TÌM KIẾM SỨ GIẢ ẨM THỰC QUẢNG NINH 2020”

Chủ đề: “*Ẩm thực Quảng Ninh – Di sản trong lòng di sản*”

Thời gian: ngày 11.11.2020. Địa điểm: Sân khấu sân trường CS 2A

STT	THỜI GIAN	NỘI DUNG
1.	07h	Tham quan gian hàng và thưởng thức ẩm thực
2.	07h30 – 08h00	Đón khách và Check in chụp hình
3.	08h – 08h15	Văn nghệ chào mừng Nhảy Flamenco Đơn ca Tiếng Anh Nhảy hiện đại CS1 Tốp ca Nụ cười Hạ Long
4.	08h15 – 08h25	Trình diễn UHL Bartender
5.	08h25 – 08h45	Lễ khai mạc hội thi Phát biểu của lãnh đạo khoa Phát biểu của nhà tài trợ Thông qua thành phần BGK, BTK, thể lệ cuộc thi. Tặng quà các đội thi và chụp hình lưu niệm
6.	08h45 – 09h00	Truyền lửa
7.	09h00 – 09h30	Phần thi “ Tên hay, quán đẹp”
8.	09h00-11h00	Phần thi “Sứ giả ẩm thực”
9.	09h30 – 10h00	Phần thi “ Tên hay, quán đẹp”
10.	11h00 – 11h05	Nhảy hiện đại
11.	11h05– 11h10	Gameshow cho khán giả
12.	11h10 – 11h25	Tổng kết, trao giải và tặng quà



13.	11h25 – 11h30	Nhảy Flashmod tập thể “ Ăn gì đây?”
14.	11h30	Liên hoan gian hàng và thưởng thức ẩm thực.

Nguồn : Tác giả xây dựng

2. Kịch bản chi tiết

Chương trình “ Tìm kiếm sứ giả ẩm thực 2020”

Chủ đề: “*Ẩm thực Quảng Ninh – Di sản trong lòng di sản*”

Thời gian: 08h00, ngày 11.11.2018.

Thành phần: Toàn bộ giảng viên và sinh viên khoa Du Lịch

Địa điểm: Sân khấu sân trường CS 2A

Trang phục: Nữ áo dài, nam đồng phục khoa

I. KỊCH BẢN CHI TIẾT

Thời gian	Thời lượng	Hoạt động	Chi tiết	Người thực hiện	Chuẩn bị
07h30-08h00	30 phút	- Đón khách Chụp hình lưu niệm	Bộ phận lễ tân (SV du lịch mặc áo dài Khoa) chào đón tại cổng. Chụp hình lưu niệm Khu vực check-in được thiết kế biểu tượng của ĐH Hạ Long.	Trần Thư, Hà Ngọc, Lan Trinh	Âm nhạc sôi động 10 lễ tân áo dài đón khách
08h00 - 08h15	15 phút	Văn nghệ chào mừng	1. Nhảy 2. Múa+ Hát 3.UHL Bartender	Đ/C Loan + 2 sinh viên tham gia cuộc thi Bartender của tỉnh	Đ/c Hiên phụ trách tiết mục bartender, các lớp chuẩn bị

					nhạc
<u>PHẦN 1</u> KHAI MẠC					
08h15 – 08h20	5 phút	Khai mạc	Tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu - Phát biểu lãnh đạo khoa	- MC - Đ/c Trưởng khoa	Nhạc rộn ràng
08h20 – 08h30	10p	Phát biểu của nhà tài trợ (Công ty Cholimex)	-		chuẩn bị nhạc
08h30 – 08h45	15p	Truyền lửa	Phát biểu, chia sẻ của chuyên gia ẩm thực – cựu sinh viên. Trình diễn tài năng, kỹ thuật chế biến món ăn Chụp hình lưu niệm cùng khách mời, cựu sinh viên	Chuyên gia, cựu sinh viên	Đ/c Trang liên hệ cựu sinh viên
Phần 2: HỘI THI					
08h45 – 08h50	5 phút	Thông qua thành phần BGK, BTK, Thể lệ hội thi		MC	Nhạc

08h50 – 09h30		Phần Thi “ Tên hay, quán đẹp”	10 gian hàng đến từ các đội thi Các đội thi chuẩn bị chế biến Các gian hàng có các hoạt động hoạt náo để thu hút khách (SV lữ hành) Các gian hàng trang trí, bày bán đồ uống và món ăn. BGK tham quan và chấm điểm gian hàng	Các đội thi. BGK chấm gian hàng	
09h30– 09h35	05 phút	Nhảy tập thể	Tiết mục nhảy của 20 -50 sinh viên từ cuối sân khấu tiến vào giữa sân trường thu hút mọi người quay trở lại sân khấu và chuyển nội dung	Đ/C Loan	
09h35- 10h00	25 phút	Phần thi “ Sứ giả ẩm thực”	- Lượt 1: 5 đội thuyết trình trên sân khấu về món ăn của đội mình	Sinh viên	
10h00– 10h10	10 phút	Game Show Giành cho khán giả	Nhận biết gia vị của cholimex	MC	Chuẩn bị phần thưởng
10h 10 – 10h35	10 p	Phần thi “ Sứ giả ẩm thực”	Lượt 2: 5 đội thuyết trình trên sân khấu về món ăn của đội mình	Các đội thi	chuẩn bị nhạc
10h35 – 11h00	25 phút	Tổng kết trao giải và tặng quà	Giải “ Tên hay, quán đẹp” Giải “ Chế biến món ăn” Giải “ Thuyết trình”	BTC, BGK	

11h	Tiệc trưa cùng Thầy cô trong trường, Khách mời	Các gian hàng tổ chức tiệc trưa tại gian hàng.		
------------	--	--	--	--

Nguồn: Tác giả xây dựng

3. Kịch bản MC

Chương trình Gala Sinh viên Du Lịch

Chủ đề: *"Together We Succeed"*

Thời gian: 13h30, ngày 11.11.2018.

Địa điểm: Sân khấu sân trường CS 2A

Thời gian- Hoạt động	Chi tiết hoạt động	Lời dẫn
Warm up (15 phút) 14h – 14h15	Hỏi vị trí đứng của các bạn SV các chuyên ngành Cùng hát 1 số bài hát cử điệu	MC 1: Xin kính chào các vị khách quý, các thầy giáo, cô giáo cùng toàn thể các bạn sinh viên đang có mặt trong buổi gala tri ân <i>"together we succeed"</i> ngày hôm nay. Em xin tự giới thiệu, em là Ngô Văn T, hiện đang là sinh viên lớp CĐ QTDVDL&LH k10B. Hôm nay em rất vui và cảm thấy may mắn khi được đứng tại đây, được hòa chung vào khung khí tri ân đầy hứng khởi này. Các bạn sinh viên khoa du lịch ơi, các bạn đã sẵn sàng đến với những tiết mục đầy sôi động của buổi chiều ngày hôm nay

chưa ạ?

Vâng tôi rất muốn thấy gương mặt của những nhà điều hành tương lai, các bạn chuyên ngành lễ hành vi, các bạn đang ở đâu ạ? Xin cảm ơn các bạn rất nhiều. Vậy còn những bạn chuyên ngành quản trị khách sạn, cho tôi thấy cánh tay của các bạn được không. Thật sự mà nói thì chuyên ngành khách sạn tôi thấy bạn nào cũng xinh đẹp hết á. Và ngay bây giờ đây tôi rất nóng lòng để được cảm nhận sức nóng và sự nhiệt tình của những hướng dẫn viên tương lai. Cho tôi thấy các bạn đang đứng ở đâu được không? Quả không hổ danh là những “đại sứ du lịch” các bạn lớp hướng dẫn rất tuyệt vời phải không ạ? Và để đóng góp cho sự thành công của chương trình ngày hôm nay, không thể thiếu sự góp mặt của các bạn trẻ chuyên ngành QTNH&DVAU. Các bạn có thể cho tôi thấy cánh tay của mình được không? Vâng, xin cảm ơn các bạn rất nhiều, các bạn thật sự rất tuyệt vời. Và ngay bây giờ đây tôi xin phép được mời lên sân khấu một bạn nữ, người sẽ đồng hành cùng chúng ta trong suốt chương trình ngày hôm nay. Là quán quân trong cuộc thi tìm kiếm tài năng MC khoa Du lịch mùa du lịch mùa đầu tiên, nói đến đây chắc hẳn các bạn cũng đoán ra người bạn gái xinh đẹp và đầy tài năng của chúng ta là ai rồi đúng không ạ. Và chúng ta cùng giành một tràng pháo tay thật nồng nhiệt để chào đón MC Thùy Linh.

<p>Văn nghệ chào mừng 14h – 14h15</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nhảy hiện đại FLAMENCO Đh KS K1 2. Nhảy Sẻ chia từng khoảnh khắc CD KS K12B 3. Hát múa Đại học Hạ Long vươn xa những ước mơ ĐH LH K2B 	<p>MC 2: Để bắt đầu chương trình Gala ngày hôm nay, sau đây xin mời các quý vị đại biểu, các thầy cô cùng toàn thể các bạn cùng thưởng thức một số tiết mục văn nghệ đặc sắc được thể hiện bởi các bạn sinh viên đến từ Khoa Du Lịch của chúng ta.</p> <p>Mở đầu chương trình văn nghệ là các tiết mục:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nhảy Sẻ chia từng khoảnh khắc CD KS K12B 2. Hát múa Đại học Hạ Long vươn xa những ước mơ - một sáng tác của Nhạc sĩ, giảng viên Vũ Việt Hồng dưới sự thể hiện của các bạn lớp ĐH QTV DL LH K2B 3. Nhảy hiện đại Flamenco - ĐHQT K1
<p>Khai mạc 14h15 –14h20</p>	<p>Tuyên bố lý do, giới thiệu đại biểu - Phát biểu lãnh đạo khoa</p>	<p>MC 2: Xin nồng nhiệt chào đón quý vị đại biểu, các thầy cô giáo và toàn thể các bạn sinh viên đang có mặt trong chương trình Gala Sinh viên Khoa Du Lịch ngày hôm nay</p> <p>MC 1: Kính thưa các thầy giáo, cô giáo cùng toàn thể các bạn sinh viên thân mến, ngày hôm nay chúng ta rất vui và tự hào khi có mặt tại chương trình gala sinh viên. Một chương trình gala đầu tiên của khoa du lịch sau 4 năm thành lập trường ĐHHL. Với mục đích tạo nên một sân chơi vui vẻ để các bạn sinh viên khoa DL có thể giao lưu, gắn kết, tạo thêm cho nhau những kỉ niệm thời sinh viên. Và hơn thế nữa là sự</p>

		<p>gắn kết giữa các bạn và thầy cô trong khoa du lịch. Quan trọng hơn, đây là dịp để chúng ta tri ân thầy cô giáo nhân ngày nhà giáo Việt Nam 20/11 đang gần kề. Và hôm nay, được sự nhất trí của lãnh đạo nhà trường, khoa du lịch tổ chức chương trình gala ngày hội sinh viên. Xin các bạn một tràng pháo tay nồng nhiệt để chúc mừng.</p> <p>MC 2: Đến dự với chương trình Gala của chúng ta ngày hôm nay, thay mặt BTC, tôi xin trân trọng giới thiệu:</p> <p>Về phía BGH: -</p> <p>Về phía Đoàn trường: -</p> <p>Về phía Khoa Du Lịch: -</p> <p>Cùng các thầy cô giáo và toàn thể các bạn sinh viên đang có mặt tại sân trường hôm nay, chúng ta hãy cho một tràng pháo tay thật lớn để chúc mừng.</p> <p>MC 1: Sau đây xin trân trọng kính mời thầy giáo, Tiến sĩ Vũ Văn Viện, bí thư chi bộ, trưởng khoa Du Lịch lên phát biểu khai mạc chương trình. Xin trân trọng kính mời thầy !</p>
<p>Tổng kết trao giải 14h20 –14h40</p>	<p>- Giải bóng đá - Giải lớp học thân thiện</p>	<p>MC 2: Kính thưa thầy cô và các bạn sinh viên thân mến. Trong thời gian vừa qua với sự động viên, khuyến khích của thầy cô mà các bạn sinh viên khoa Du Lịch đã phấn đấu học tập, rèn luyện, xây dựng môi trường học tập tốt đã đem lại nhiều thành tích</p>

	<p>- Giải tranh</p>	<p>đáng khích lệ.</p> <p>MC 1: Hưởng ứng tháng tri ân thầy cô, sinh viên khoa DL đã tham gia chuỗi hoạt động ý nghĩa và thiết thực. Trong buổi Gala hôm nay, BTC sẽ trao giải cho các chi đoàn đạt giải.</p> <p>Đầu tiên là giải bóng đá cup together we succeed lần thứ 2. Trong thời gian tập luyện và thi đấu kéo dài gần 1 tháng, với sự tham gia nhiệt tình và hàng say của tất cả 22 đội thi đến từ các chi đoàn. Với sự quyết tâm và đoàn kết, các bạn đã đem lại vinh quang cho chi đoàn của mình. Và đầu tiên chúng ta cùng đến với hai đội đồng giải 3. Hai đội đã xuất sắc giành những chiến thắng đầy thuyết phục và có mặt tại bán kết. Xin chúc mừng 2 chi đoàn CĐQTDVDL&LH K10B và chi đoàn..... Xin mời đại diện 2 đội lên nhận hoa và phong bì từ phía ban tổ chức.</p> <p>Tiếp theo, chúng ta cùng nhau đến với phần trao giải cho đội bóng xuất sắc hơn. Đây là đội bóng đã thi đấu rất đẹp mắt và fairplay trong loạt trận vừa qua. Chúng ta hãy vỗ tay thật lớn để chúc mừng chi đoàn..... Và xin mời đại diện đội bóng lên sân khấu để nhận giải từ phía ban tổ chức.</p> <p>Và cuối cùng, chúng ta cùng nhau đến với đội bóng xuất sắc nhất. Một niềm vui trọn vẹn khi cuối cùng các bạn ấy đã giành chức vô địch của giải đấu. Và xin chúc mừng tân vương của giải bóng đá nam khoa du lịch. Chi đoàn..... Xin mời đại diện đội bóng lên nhận cúp luân lưu, phần thưởng cùng với bó hoa tươi</p>
--	---------------------	---

thấm và chứng nhận từ phía ban tổ chức. Và cũng ngay sau đây đội bóng của bạn sẽ nhận được một chuyến du lịch 2 ngày 1 đêm vòng quanh sân bóng.

- GIẢI CẦU THỦ XUẤT SẮC NHẤT

Sau đây em xin kính mời TS. Phan Thị Huệ - Phó Hiệu Trưởng lên trao cúp và chứng nhận cho các đội

MC 2: Trong thời gian vừa qua, để chào mừng ngày Nhà giáo VN 20/11, không chỉ thi đua học tập tốt, rèn luyện tốt mà các chi đoàn còn nêu cao tích cực giữ gìn bảo vệ môi trường, vệ sinh lớp học. Chúng ta cùng đến với phần trao giải

- Tranh bảo vệ môi trường du lịch

- Giải lớp học thân thiện

Với 40 tranh vẽ về chủ đề bve MT DL, BTC đã chọn ra được 1 giải Nhất, 1 giải Nhì và 2 giải 3

Ba:

Nhì:

Nhất:

Xin mời đại diện các chi đoàn sẽ lên sân khấu nhận giải.

Em xin trân trọng kính mời thầy giáo,..... Sẽ lên trao giải cho các chi đoàn

		<p style="text-align: center;">Xin trân trọng kính mời thầy!</p> <p style="text-align: center;">- Giải lớp học thân thiện môi trường. Tiêu chí là các chi đoàn giữ gìn vệ sinh lớp học, bảo quản tài sản, trang thiết bị tốt, có trang trí cây xanh</p> <p style="text-align: center;">Ba: Nhì: Nhất:</p> <p style="text-align: center;">Mời các đại diện chi đoàn đạt giải lên sân khấu. Em xin trân trọng kính mời cô Trần Thu Thủy - BT LTĐ khoa DL sẽ lên trao giải cho các chi đoàn</p>
<p>Tri ân thầy cô 14h40 – 14h45</p>	<p>Tặng Hoa</p>	<p style="text-align: center;">MC 2: Kính thưa thầy cô và toàn thể các bạn sinh viên</p> <p>Dân tộc VN có truyền thống uống nước nhớ nguồn, tôn sư trọng đạo, đó là những truyền thống quý báu mãi mãi được khắc sâu trong tâm hồn mỗi sinh viên trường ĐHHL. Nhân dịp Ngày Nhà giáo Vn 20/11 đang cận kề, hôm nay chúng em có những bó hoa tươi thắm muốn gửi tới thầy cô để tỏ lòng biết ơn của mình. Và chúng em kính chúc thầy cô luôn dồi dào sức khỏe, công tác tốt, gắn bó với sự nghiệp trồng người của trường ĐHTL.</p> <p>MC 1: Xin trân trọng kính mời thầy cô trong BGH, thầy cô các phòng ban và thầy cô chủ nhiệm khoa Lên nhận hoa chúc mừng của các bạn SV ạ</p> <p style="text-align: center;">Sau đây xin mời đại diện các bạn SV sẽ lên tặng hoa chúc mừng</p>

	DẪN CHUYỂN NỘI DUNG	CHƯƠNG TRÌNH GALA SINH VIÊN DU LỊCH “ TOGETHER WE SUCCEED” BẮT ĐẦU
<p>Duyên dáng khoa Du Lịch 14h45 – 15h 00</p>	<p>Lượt 1: 10 thí sinh thanh lịch trong trang phục áo dài</p> <p>Lượt 2: 15 nam nữ áo đồng phục bếp và dụng cụ bếp, hoa tía từ củ quả</p> <p>Lượt 3: 5 SV nữ , 5 SV nam trang phục chuyên ngành LH – HD</p> <p>Lượt 4: 3 nữ áo trắng, váy đen, 2 nam áo trắng . quần âu, nơ, 2 nữ áo trắng, váy đen,</p>	<p>MC 1: vừa rồi những bó hoa tươi thắm như thay cho những lời chúc mà chúng em muốn nhắn gửi tới các thầy giáo, cô giáo. Thay mặt cho toàn thể sinh viên khoa du lịch, em chúc các thầy cô luôn mạnh khỏe, hạnh phúc, may mắn và ngày càng thành công trong sự nghiệp trồng người. và để tiếp nối chương trình gala của chúng ta ngày hôm nay, xin mời các quý đại biểu, các thầy giáo, cô giáo cùng toàn thể các bạn sinh viên cùng đến với màn Duyên dáng khoa du lịch với phần thể hiện của rất nhiều những bạn trẻ đến từ những chuyên ngành khác nhau của khoa du lịch trong những bộ trang phục thân thuộc nhưng ko kém phần phá cách.</p> <p>MC 2: Vâng, Sau đây xin mời thầy cô và các bạn cùng đến với màn Duyên Dáng Khoa Du Lịch với sự thể hiện của các bạn nam thanh nữ Tú đến từ các chuyên ngành. Mở đầu xin mời quý vị cùng chiêm ngưỡng bộ sưu tập Hạ Long Thu của nhà thiết kế..... do các bạn nữ sinh duyên dáng khoa Du Lịch biểu diễn. Sự nhẹ nhàng, Uyên chuyển và nét đẹp Hạ Long như thêm phần sinh động khi được khoác lên mình bởi các thiếu nữ xinh đẹp đến từ khoa Du Lịch.</p> <p>MC 1: (bếp) Tạm chia tay với những cô gái vô cùng duyên dáng. Chúng ta cùng nhau đến với phần trình diễn đầy sinh động đến từ chuyên ngành QTNH&DVAU.</p>

	<p>vec zile, 2 nam vec zile. Dụng cụ: Khăn ăn gấp hình, dụng cụ biểu diễn bar)</p> <p>Lượt 5: Tổng thể</p>	<p>Tại đây, chúng ta sẽ không còn thấy các cô gái trong trang phục áo dài truyền thống nữa, mà thay vào đó là những bộ đồng phục bếp giản dị nhưng không kém phần trang nhã. Không cần dây chuyền, vòng tay hay những phụ kiện làm đẹp. Mà các bạn trẻ của chúng ta đang rất tự tin khi xuất hiện với những vật dụng gần gũi và gắn liền với cuộc sống thường nhật cũng như những tiết học thực hành. Sải bước trên sân khấu của chúng ta đang là những động tác “quay muôi” đầy chuyên nghiệp và mạnh mẽ. Các bạn như đang muốn tái hiện lại những kĩ năng mà mình được học trong phòng thực hành. Tiếp theo trên sân khấu là phần trình diễn đầy tự tin của 2 bạn đến từ lớp bếp. với bộ đồ lịch thiệp mà hiện đại cùng phụ kiện là rổ rau xanh. Các bạn đã thực hiện những động tác vảy rau đầy táo bạo mà không phải ai cũng có thể làm được. Vâng! Xin một chàng pháo tay thật giòn giã để cổ vũ cho các bạn trẻ được không ạ. Các bạn QTDVNH&DVAU đang thể hiện vs chúng ta một thông điệp rằng: “đối với chúng tôi, không gì là không thể”. Tiếp đến chúng ta cùng chiêm ngưỡng hàng loạt những bức ảnh tái hiện rất sinh động những món ăn truyền thống và hoạt động của chuyên ngành mình. Những bước đi uyển chuyển khiến cho người xem như đang thấy 1 masterchef đang say mê thực hiện món ăn của mình.</p> <p>MC 2: Đang bước ra sân khấu là các bạn nam thanh, nữ tu đến từ chuyên ngành Lễ hành- Hướng dẫn khoa Du Lịch. Các bạn luôn thể hiện trong mình tự tự tin, năng động, hài hước cùng nụ cười luôn nở trên môi. Chúng ta hãy cho một tràng pháo tay</p>
--	--	---

cổ vũ cho các chàng trai cô gái lữ hành- hướng dẫn trong tương lai đi ạ!

MC 1: (khách sạn) Sang trọng, lịch sự và nhã nhặn. Vâng! Chúng ta đang được trực tiếp chiêm ngưỡng phần thể hiện của các bạn sinh viên chuyên ngành QTKS. Trước mắt các bạn đang là một bartender vô cùng xinh đẹp cùng với những động tác pha chế đầy cuốn hút. Thật khó mà có thể rời mắt khỏi khán đài khi ngay từ đầu tiên, các bạn chuyên ngành khách sạn đã thực sự khiến chúng ta bị ấn tượng bởi trang phục và tài năng của mình. Vâng! Tôi lại một lần nữa bị bất ngờ bởi các bạn trẻ khách sạn, Tiếp tục xuất hiện trên sân khấu là một đôi nam thanh nữ tú với nụ cười thân thiện và khuôn mặt khả ái, dường như trong buổi gala ngày hôm nay, các bạn khách sạn đang muốn nhắn với chúng ta một điều rằng: “Tại đây người đẹp rất nhiều, nhưng mà đẹp nhất vẫn là chúng tôi”. Và chúng ta hãy tiếp tục hướng mắt lên sân khấu để tiếp tục ngắm nhìn những bước đi chẳng khác nào những người mẫu chuyên nghiệp.

Như chúng ta đang thấy, trên tay các bạn đang là những ly rượu vang và những quyển menu đầy sang trọng. những động tác lật mở menu rất cẩn thận giúp chúng ta có thể nghĩ đến một điều rằng: “ nếu hôm nay chúng ta cẩn thận, chín chu với từng trang sách, thì những ly rượu mừng thành công sẽ được nâng lên bởi chính chúng ta trong tương lai”. Và xin quý vị hãy cho một tràng pháo tay thật nồng nhiệt để cảm ơn phần trình diễn hết sức tuyệt vời đến từ chuyên ngành QTKS.

Tổng thể các SV biểu diễn trang phục bước ra

<p>Giao lưu quốc tế 15h00 –15h15</p>	<p>- Múa SV Lào - Song ca Tiếng Anh “ We are young” Múa Mân Côi ĐHKS K2A</p>	<p>MC 2: Các bạn ơi các bạn có thấy đồng phục của chúng ta đẹp không ạ ? Không chỉ vậy mà khi mặc trên mình đồng phục khoa chúng ta cảm thấy tự hào về ngôi trường ĐHHL, Khoa Du Lịch biết bao nhiêu</p> <p>Thực: Vâng và để tiếp nối chương trình văn nghệ, xin mời thầy cô và các bạn cùng thưởng thức các tiết mục được các bạn sinh viên chuẩn bị hết sức kĩ lưỡng. Đặc biệt hơn, tiết mục mà thầy cô và các bạn sắp thưởng thức sau đây được thực hiện từ những bạn sinh viên đến từ quê hương xa xôi, nhưng với sự nhiệt tình của mình, các bạn đã không quản ngày đêm để đem đến cho chúng ta một tiết mục văn nghệ đặc sắc và ý nghĩa, đóng góp cho thành công của chương trình ngày hôm nay. Chúng ta hãy cùng chào đón tiết mục múa đặc sắc của các bạn sinh viên Lào....</p> <p>- Múa SV Lào - Song ca Tiếng Anh “ We are young” - Múa Chiều lên bản thượng - ĐH LH K3C1</p>
<p>Trình diễn Bartender 15h15 –15h25</p>	<p>Tiết mục trình diễn Bartender</p>	<p>MC 1: Vâng vừa rồi chúng ta đã cùng thưởng thức các tiết mục văn nghệ vô cùng đặc sắc, để tiếp nối chương trình là một tiết mục vô cùng đặc biệt. Đó là tiết mục trình diễn Bartender – Thầy giáo + SV Lê Thị Hiên và sv Du lịch</p> <p>Xin mời thầy cô và các bạn cùng thưởng thức</p>

<p>Văn Nghệ 15h15 –15h25</p>	<p>1. Mua Mân Côi - ĐH KS K2A 2. nhảy liên quân các chi đoàn năm nhất khoa DL 3. Múa Lạc trôi Bếp k1</p>	<p>MC 2: Tiếp nối chương trình xin mời thầy cô và các bạn cùng thưởng thức các tiết mục văn nghệ:</p> <p>1. Mua Mân Côi - ĐH KS K2A 2. nhảy liên quân các chi đoàn năm nhất khoa DL 3. Múa Lạc trôi Bếp k1</p> <p>Xin mời thầy cô và các bạn cùng thưởng thức</p>
<p>Game Show “ Gương mặt thân yêu” 15h40–15h55</p>	<p>Sinh viên nhận diện các thầy qua phần hóa thân của các bạn sinh viên.</p>	<p>(Có kịch bản MC đính kèm)</p> <p>- Mời các phiên bản thật lên</p> <p>- Mời các cô lên (Sau đây em xin mời sự hiện diện của các cô giáo xinh đẹp của chúng ta đến từ khoa Du Lịch trong trang phục áo dài truyền thống. Các cô như càng nổi bật và duyên dáng hơn trang phục tà áo dài.)</p>
<p>Thời trang giáo viên</p>	<p>Các thầy cô trình diễn thời trang</p>	<p>MC 1 : Các bạn vừa xem phần hóa thân thành gương mặt thân quen của các thầy cô. Các bạn có thấy giống không ạ ? Vâng, Hình ảnh các thầy cô luôn luôn trong tâm trí các thế hệ học trò và thầy cô luôn là những người cha người mẹ thứ 2 giúp đỡ nâng bước và chấp cánh cho chúng ta vươn tới những ước mơ</p>

<p>Song ca tự sáng tác Công ơn thầy cô</p> <p>15h 55 -16h 05</p>	<p>Công ơn thầy cô CĐ LH K11B</p>	<p>MC 2 : Để tỏ lòng biết ơn thầy cô, sau đây xin mời thầy cô và các bạn cùng lắng nghe ca khúc tự sáng tác Công ơn thầy cô do các bạn lớp CĐ LH K11B thể hiện. Các bạn sinh viên ơi! Chúng ta cùng đứng dậy hòa mình vào bài hát để cảm ơn các thầy cô của chúng ta nhé!</p> <p><i>(Toàn bộ đội hình flashmod đứng dậy đưa tay theo nhịp bài hát. Bộ phận hỗ trợ rút ghế chuẩn bị tiết mục sau)</i></p>
<p>Flashmod “bùng cháy đam mê” – 16h05 –16h15</p>	<p>Màn trình diễn sôi động của 200 SV Đồng phục áo cờ đỏ sao vàng</p>	<p>MC 1: Vâng xin cảm ơn ca khúc rất hay và xúc động cùng với lời bài hát đầy ý nghĩa đến từ các bạn CĐ QTDVDL&LH K11B. Một bài hát sắt sần lắng và thật sự các bạn rất tài năng, xin cảm ơn các bạn rất nhiều. Và bây giờ đây chúng ta cùng nhau lấy lại cảm xúc hứng khởi và cuồng nhiệt vì ngay sau đây một tiết mục vô cùng hoành tráng và là tâm huyết của hàng trăm bạn sinh viên khoa du lịch. Và không để quý vị phải đợi lâu, chúng ta cùng đến với tiết mục flash most “ Bùng cháy đam mê”.</p> <p>MC 2: Nào các bạn ơi, chúng ta cùng hòa nhịp cùng tiết mục nhảy flasmob của gần 200 bạn sinh viên khoa du lịch!</p>
<p>Thả bóng gửi ước mơ và lời tri ân</p>	<p>SV được bố trí xếp dọc hành lang từ tầng 2 đến tầng 4 2 dãy nhà mới và cũ,</p>	<p>MC 1: Các bạn sinh viên ơi! Chúng ta hãy cùng nhau vỗ tay để đến với một phần rất được mong đợi trong buổi chiều ngày hôm nay. Đó chính là màn thả hàng ngàn quả bóng bay do chính các bạn sinh viên thực hiện. mỗi trái bóng là một niềm mơ ước.</p>

<p>16h15-16h20</p>	<p>hành lang sân khấu đồng loạt thả thành con mưa bóng</p>	<p>mỗi trái bóng là một lời nhắn nhủ và hàng ngàn trái bóng như là hàng ngàn lời chúc tốt đẹp nhất tới các thầy các cô. Nào! Chúng ta hãy cùng nhau đếm ngược nha. “5.....1. Thả!” MC 2: Vâng chúng em xin mời toàn thể thầy cô cùng hòa mình vào bên trong vòng tròn kết nối của các bạn sinh viên chúng em ạ.</p>
<p>Lễ hội đường phố 16h20 – 16h30</p>	<p>Tất cả SV cùng nhảy EDM tự do, ngẫu hứng.</p>	<p>MC 2: Và chúng ta cùng đến với màn Lễ Hội đường phố cùng hệ thống âm nhạc EDM ngẫu hứng của các bạn sinh viên. Nào, chúng ta cùng nhảy theo điệu nhạc nào các bạn ơi.</p>

Nguồn: Tác giả xây dựng