**NOMBRE DEL PUESTO:** Productora de eventos

**PUESTO DEL QUE DEPENDE JERÁRQUICAMENTE: supervisor**

**PUESTO(S) QUE SUPERVISA DIRECTAMENTE: Ninguno**

**Esquema Productora Tu clase de baile**

1. Introducción
2. Funciones generales
3. Objetivos
4. Calendario de actividades
5. Campaña publicitaria
6. Solicitud de presupuesto publicitario
7. Piezas publicitarias
8. Elementos y recursos solicitados para lograr el objetivo y desarrollo
9. Formas y vías de capitalizar los clientes
10. Ítems a revisar por evento en particular
11. Hacer gira de medios

**Desarrollo**

1. **Introducción**

Se encargará de organizar los eventos y talleres de la academia que estén programados en los diversos ciclos, tales como, fiestas, aniversarios, talleres, entre otros. Cada uno de las actividades serán tratados como eventos de alto nivel cuidando los diseños, proyección publicitaria, logística, buen desarrollo de las actividades, organización entre otros , por otro lado manejará las relaciones públicas de nuestra organización con las diversas empresas que podamos acordar para generar alianzas estratégicas que contribuyan con el crecimiento de la marca.

1. **Funciones generales**

* Organizar la logística general de las actividades
* Garantizar las metas de cada de las actividades establecidas por la organización
* Generar relaciones públicas con empresas, academias, medios de comunicación entre otros
* Llevar las finanzas de las eventos y actividades planificadas por la productora

1. **Objetivos generales**

* Que nos reconozcan la comunidad de Risaralda como organizadores de eventos importantes.
* Tener alta presencia de la marca ***tu clase de baile*** en las redes sociales.
* Acumular una base de datos de público objetivo para aplicar inbound marketing.
* Ampliar la cartera de aliados estratégicos que le sumen a la empresa.
* Generar rentabilidad de la línea de producto, sin que dependa de la academia (corto plazo)

1. **Calendario de actividades**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Actividad** | **Fecha** | **Nombre** | Ciclo |
| 1 | Taller | Marzo | Baila Pereira 2017 | Ciclo 1 |
| 2 | Aniversario | 20 de mayo | Que siga la tradición | Ciclo.2 (dos) |
| 3 | Tango | 26 y 27 de junio | caminito | Ciclo.2 (dos) |
| 4 | Taller | 2, 3 y 4 de agosto | Baila mulato | Ciclo.2 (dos) |
| 5 | Evento | 02 de septiembre | El reto (competencia interna) | Ciclo.3 (tres) |
| 6 | Evento | 10 de diciembre | GALA NAVIDEÑA | Ciclo.3 (tres) |

1. **Campaña publicitaria**: en cada una de las actividades usaremos las vías asignadas por la organización de manera fija, testeando el alcance de la misma durante el año.
2. **La campaña publicitaria tendrá un mes de antelación**

* Pendón en la academia.
* Nota de prensa, base de datos de nuestros alumnos y del CRM
* Invitación a nuestros alumnos (venta cruzada)
* Aplicar en cada taller el plan referidos
* 50 afiches en diversos sitios estratégicos de la ciudad
* Publicación en las redes sociales (Facebook e Instagram)

**Presupuesto publicitario**

* Redes sociales: 1.000.000$
* Afiches: 150.000 $
* Pendón en la academia: 50.000$

**Total, general**: 1.200.000 $

**Piezas publicitarias**

* Imagen principal del evento de baile para la app, redes sociales, Facebook e Instagram
* Brazaletes
* Boletería
* Escarpela
* Certificado
* Pendón tamaño arañita
* Pendón de sección de fotos con logos de patrocinantes.
* Afiches

**Recaudar los elementos necesarios tales como:**

* PSD del diseño principal
* Instructores que participarán (en caso de ser un taller)
* Palabras claves, frases u oraciones para el video
* Voces del locutor
* Videos diseñados con el estilo del taller

**Formas y vías de capitalizar los clientes**

* Nuestros clientes en la academia
* Acuerdos con instructores de gimnasios
* Aplicar planes referido en los talleres

**Ítems a revisar por evento en particular**

* Nombre del evento
* Gastos operativos
* Metas de participación
* Costo (preventa y venta) fecha, horas de clase y lugar
* Participantes
* Que ofrecemos
* Ofrecimiento a nuestros patrocinantes

**Hacer gira de medios**: antes de cada actividad, se encargará de visitar a los medios de comunicación y extenderá la invitación con una semana previa.

**Guía práctica de actividades continuas**

A continuación, presentaremos una guía práctica y orientativa de los procesos que deben ejecutarse en cada uno de nuestras actividades

**Esquema**

1. Definir el concepto general del evento
2. Solicitar los diseños gráficos
3. Demo publicitario
4. Cortinas musicales y visuales
5. Enviar a imprenta el material POP
6. Construir en la app los eventos para luego ser compartido
7. Difundir al equipo la información
8. Ejecución de la inversión en las redes sociales
9. Redactar y difundir la noticia a través de notas de prensa a nuestra base de datos.
10. Atender el CRM
11. Crear, mantener y fortalecer la relación con los patrocinantes
12. Segmentar los grupos de venta de manera interna en la academia
13. Crear el convenio
14. Seguimiento del logro de objetivos y metas
15. Logística del evento
16. Itinerario.
17. Llevar la finanza
18. Lanzamiento publicitario
19. Comunicados
20. Caja rápida
21. Elementos clave para eventos

**Invitados**

* Solicitar el material que se requiera de los artistas o participantes invitados
* Hacerle entrega de las pautas generales que ofreceremos para contratar sus servicios
* Crearle un tour de visitar la ciudad
* Crear y orientarlos en cuanto al itinerario laboral en su estadía

**Desarrollo**

1. **Definir el concepto general:** se desarrolla el objetivo del evento con las especificaciones generales en el que se abarca la idea principal y se plasma la visión del proyecto, determinando la ruta a seguir para darle paso al desarrollo del mismo. El CEO será el responsable de hacer entrega de la visión y propuesta de cada actividad.
2. **Diseños gráficos**

Reunirá toda la información pertinente al proyecto para así proseguir a mandar a realizar el material con su respectivo seguimiento, los diseños gráficos deben contar con los siguientes elementos y piezas

|  |  |
| --- | --- |
| **Pautas publicitarias** | **Piezas solicitadas** |
| Concepto general | Imagen para la app, redes sociales, Facebook e Instagram |
| Lo que ofrecemos | Brazaletes |
| Dirección , contactos , el logo de la academia | Boletería |
| Logo de patrocinantes | Escarapela |
| Dirección y horario | Certificado |
| Promoción | Pendón tamaño arañita |
| Tamaño | Pendón de sección de fotos con logos de patrocinantes. |
| Página web , números telefónicos, | Afiches |
| Venta y preventa |  |
| Redes sociales |  |
| Eslogan |  |

1. **Demo publicitario:** Este no deberá ser mayor a 45segundos en cuanto a su contenido debemos asegurarnos que contenga los siguientes elementos.

|  |  |
| --- | --- |
| **Elementos necesarios** | **Elementos necesarios** |
| Psd editable del diseño gráfico | Patrocinantes |
| Las voces | Dirección, hora lugar y fecha |
| Las letras que se usarán | Página web , números telefónicos, |
| Las tapas | Redes sociales , màs el eslogan |

1. **Cortinas musicales y visuales**

Debe asegurase que por cada evento que tenga presentador y shows, debe contener las visuales por cada una de las presentaciones como a su vez , la música de fondo que represente los espacios vacíos para rellenar el ambiente musical.

1. **Enviar a imprenta el material POP**

Se encargará de enviar la información que se requiera y generar el seguimiento hasta tener la entrega del mismo.

1. **Construir en la app los eventos para luego ser compartido**

Deberá construir el evento en la aplicación, ingresando todas las solicitudes que este requiere para compartirlo con los clientes.

1. **Difundir y conectar la información al equipo de trabajo**

Deberá exponer las nuevas actividades al equipo de trabajo para que cada uno genere su parte en el proyecto, en especial al instructor de base y al comunnity manager, el cual hará seguimiento de la difusión de la información.

1. **Ejecución de la inversión en las redes sociales**

Comunicarse con el departamento de marketing para la ejecución y seguimiento del impacto de las redes sociales.

1. **Redactar y difundir la noticia a través de notas de prensa a nuestra base de datos.**

Desarrollará la noticia y esta será enviada al community manager, para que este prosiga a ingresarla en el wordpress y sea enviado un enlace a través de bitlit , para conocer el impacto de los enlaces abiertos.

1. **Atender el CRM**

Revisar el CRM, continuamente durante el día para enviar la información a todos aquellos interesados en las actividades.

1. **Crear, mantener y fortalecer la relación con los patrocinantes**

Establecer alianzas estratégicas, dándole en mantenimiento y atención que merece cada uno de nuestros patrocinantes.

1. **Solicitar el material que se requiera de los artistas o participantes invitados**

Deberá solicitar toda la información necesaria para promover, promocionar a los talentos artísticos como invitados a nuestras actividades

1. **Convenio**

Establece el convenio entre los alumnos participantes y la institución, asumiendo las cartas de compromisos o sistema según requiera el caso. Dicha relación es exclusivamente informativa. sin embargo, toda alianza que se establezca fuera de la institución deberá ser persuasiva para obtener la venta necesaria.

1. **Seguimiento del logro de objetivos y metas**

Velará por la supervisión del logro de nuestras metas, para esto ubicará todas las herramientas necesarias, serán expuestas con el equipo y todos se enfilarán a la búsqueda de los resultados

1. **logística del evento**

se hará cargo de toda la estructura y logística del evento, ubicando los puestos claves en la organización, además se hará cargo del personal, líderes en acción, colaboradores entre otros.

1. **Itinerario**

Preparar el itinerario de los invitados y garantiza que sea bien explicado y desarrollado

1. **Llevar la finanza**

Cada una de las finanzas de las actividades que tendremos establecidas serán llevadas a través del sistema, tanto en los ingresos como egresos del mismo.

1. **Lanzamiento publicitario**

Garantizar el lanzamiento de la actividad en sus tiempos establecidos en cuanto la publicidad y el ánimo que se respire dentro de la organización, deberá cuidar cada uno de los tiempos que establece la misma

1. **Comunicados**

Desarrolla y entrega los comunicados de cada agente involucrado, tales como, invitados especiales, patrocinantes, solicitudes entre otros.

1. **Caja rápida:**

Especial para tomar en cuenta para eventos y requerimientos básicos, el organizador debe evaluar las necesidades que posee para proceder a seleccionar los de su necesidad.

* Bolígrafos
* Tijeras
* Grapadora
* Hojas blancas
* Cinta adhesiva
* Grapas
* Ligas
* Brazaletes
* Escárpelas
* Recibos/fracturas
* Programación animador
* Músicas en diversos formatos y en varios dispositivos