

# Обзор

## Организаторы корпоративных праздников

Выполнен: «Амплуа Персонал»  
Ноябрь 2008 года

## Содержание

Краткое содержание обзора	...3
Введение	...4
1. 1. Зрелость украинского рынка корпоративных мероприятий	...5
1. 2. Стратегическое значение корпоративных праздников	...7
1. 3. Основные услуги и характеристики event-компаний	...8
1. 4. Стоимость корпоративных праздников	...10
2. Топ-23 лидирующих event-компаний	...12
3. Шесть креативных идей для нестандартного корпоративного праздника	...35

## Краткое содержание обзора

**Цель исследования:** обзор киевского рынка event-услуг, предоставляемых в корпоративном формате.

### Исследуемые аспекты:

- Основные направления корпоративных мероприятий
- Организационные вопросы
- Продолжительность и стоимость мероприятий

### Основные выводы исследования:

1. В Киеве существует более 100 компаний, каждая из которых готова проводить корпоративные мероприятия, в том числе праздники, «под ключ».
2. Средняя длительность подготовки корпоративного праздника длится от 2 недель до месяца.
3. Существующие форматы корпоративных праздников подразделяются на два типа: те, в которых коллектив выступает в качестве зрителей, наблюдателей (концерт, шоу), и те, в которых коллектив принимает активное участие (вечеринка, квест).
4. Организацию корпоративного праздника курирует один эккаунт-менеджер, но помимо него в среднем задействовано от 7 до 15 сотрудников при организации одного мероприятия. При этом event-компания может привлекать до 200 человек обслуживающего персонала в зависимости от нужд заказчика.
5. Средний возраст event-компаний на рынке превышает 5 лет.
6. Проведение корпоративных мероприятий может сопровождаться PR-услугами во внешней информационной среде для создания позитивного имиджа работодателя, а так же, может сопровождаться услугами внутреннего PR – формирования лояльности среди сотрудников по отношению к своей компании.
7. Средний гонорар за организацию корпоративного праздника составляет 10% от бюджета самого мероприятия.

## Введение

Исследование показало, что на киевском event-рынке существует более 100 компаний, позиционирующих себя, как провайдеров мероприятий, как корпоративных, так и частных, «**под ключ**», т.е. полностью возлагают на себя организационные и административные вопросы.

Среди этих компаний **большой** сегмент рынка занимают те, кто предоставляют корпоративные праздники в числе своих прочих услуг. Однако преимущество по качеству в основном принадлежит компаниям, которые специализируются только на корпоративном формате.

При написании обзора провайдеры корпоративных праздников проходили следующие фильтры:

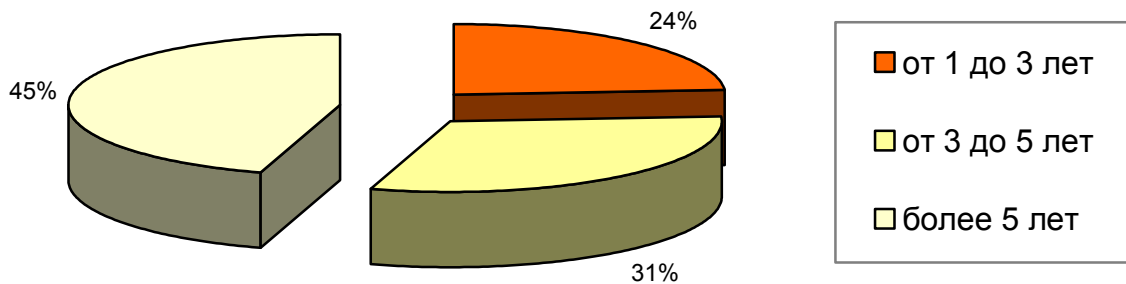
- ✓ Наличие опыта работы именно в корпоративном секторе
- ✓ Адекватность, открытость в коммуникациях, клиентоориентированность
- ✓ Прозрачность ценообразования
- ✓ Наличие минимум 5 корпоративных клиентов
- ✓ Позитивные рекомендации

Для анализа среды корпоративных праздников были использованы открытые источники информации (около 140 интернет-порталов, бизнес-издания, каталоги) – первый фильтр, опрос и анкетирование провайдеров – второй и третий фильтры, опрос клиентов, заказчиков услуг по организации корпоративных праздников – четвертый и пятый фильтры.

## 1. 1. Зрелость украинского рынка корпоративных мероприятий

Рынок мероприятий Киева на стадии зрелого развития. 24% из опрошенных компаний вышли на украинский рынок в 2006-2008 годах. От 3 до 5 лет на рынке event-индустрии, организации праздников, как корпоративных, так и частных, работает 31% компаний. Наиболее крупный на данный момент – зрелый сегмент (45%) – от 5 лет на рынке Украины.

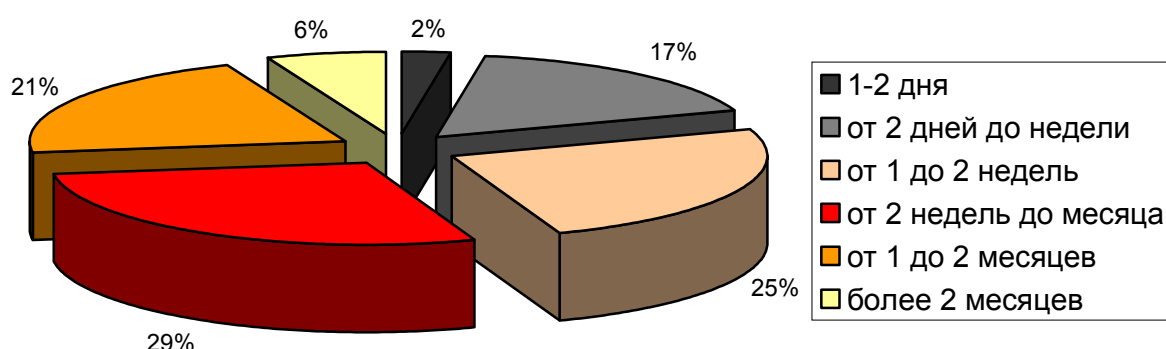
Возраст компаний на рынке Украины



Опыт проведения корпоративных праздников показывает, что наиболее оптимальная и распространенная продолжительность подготовки мероприятия – от 2 недель до месяца. В этом диапазоне работают 29% компаний. И 25% организуют мероприятия от 1 до 2 недель.

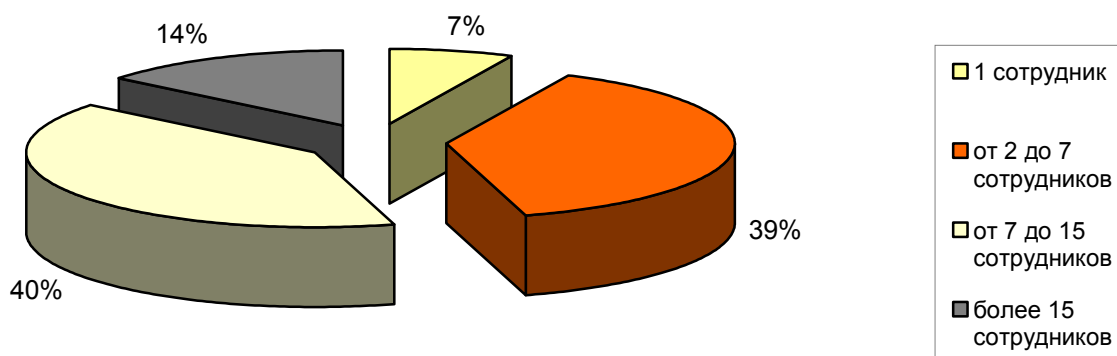
Собственно мероприятия в этих временных отрезках включают все стандартные модули, но в основном не предполагают разработки уникального праздника с предварительным пиаром в СМИ. Мероприятия, подготовка которых занимает от 1 до 2 месяцев, лежат в сегменте 21%.

## Длительность подготовки к корпоративным праздникам



Коммуникацию с клиентом, всего его пожелания и требования к бюджету принимает один экаунт-менеджер (или event-менеджер), однако на мероприятием работает как правило команда, которая ответственна за логистику, аренду, наполнение праздника. В 40% компаний команда, которая работает над мероприятием, от 7 до 15 человек. С разницей в один процент – команды 2-7 человек. Только в 7% компаний мероприятием занимается всего 1 сотрудник.

## Количество человек, работающих над мероприятием



## 1. 2. Стратегическое значение корпоративных праздников

Корпоративный праздник является серьезным стратегическим инструментом при разумном рациональном подходе. Влияние корпоративного праздника можно условно разделить на внутреннее (непосредственно компания-заказчик) и внешнее (все потенциальные сотрудники, потребители, партнеры, клиенты).

Влияние, которое корпоративный праздник оказывает на сотрудников компании, преследует следующие цели:

1. Мотивация (нематериальная)
2. Командообразование (общение во внерабочей обстановке)
3. Формирование видения корпоративной стратегии (подведение итогов и оглашение планов)
4. Укрепление корпоративной культуры

Проведение продуманной PR-компания корпоративного праздника, или его элементов (благотворительные акции, семейные торжества), достигает такие цели, направленные во вне компании:

1. Формирование устойчивого HR-бренда
2. Укрепление позитивного имиджа работодателя
3. Формирование имиджа социально ответственного партнера и клиента
4. Установление положительных ассоциаций с продуктами компании.

Помимо традиционных PR-услуг, которые по желанию клиента могут взять на себя организаторы корпоративного мероприятия, заказчики корпоративных праздников рекомендуют организовывать своеобразный внутренний PR.

Под внутренним PR-ом подразумевается ряд действий, направленных на повышение интереса сотрудников к корпоративным праздникам и понимание ими ценности того вклада, который компания делает в их отдых. Среди наиболее известных инструментов внутреннего PR-а:

- ✓ Новости на корпоративном сайте
- ✓ Пригласительные и информационные бюллетени
- ✓ Предварительные сувениры
- ✓ Праздничные элементы декора на рабочих местах.

## 1. 3. Основные услуги и характеристики event-компаний

Провайдер	Решение транспортных вопросов	Решение общих организационных вопросов	Поиск помещения	Непосредственный контроль мероприятия	Меню	Предоставляется ли услуга внешнего PR-а	Предоставляется ли услуга внутреннего PR-а	Уникальность сценария	Фишки	Пошаговый контакт с клиентом, отчетность
1	<a href="#">Allegro</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
2	<a href="#">ArtClub</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
3	<a href="#">ArtMaxima</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4	<a href="#">Art-Service</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
5	<a href="#">Art-Studio M</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
6	<a href="#">Blackberry Communications</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
7	<a href="#">Capital Public Relations Agency</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
8	<a href="#">Crazy holiday</a>	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
9	<a href="#">D.A.K. production</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
10	<a href="#">Event Chic</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
11	<a href="#">Event Design</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
12	<a href="#">Event-line SPIN</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
13	<a href="#">Floriel</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
14	<a href="#">Funny Group</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
15	<a href="#">Happy people</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
16	<a href="#">Korporatiff</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
17	<a href="#">LeonTour</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
18	<a href="#">Music Motors</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
19	<a href="#">Party Time Studio Agency</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓
20	<a href="#">Partyfon</a>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
21	<a href="#">S Promo</a>	✓	✓	✓	✓	✓		✓		✓

(продолжение таблицы на следующей странице)

Провайдер		Решение транспортных вопросов	Решение общих организационных вопросов	Поиск помещения	Непосредственный контроль мероприятия	Меню	Предоставляется ли услуга внешнего PR-a	Предоставляется ли услуга внутреннего PR-a	Уникальность сценария	Фишки	Пошаговый контакт с клиентом, отчетность
23	<a href="#">Speak Up</a>	√	√	√	√	√	√	√	√		√
24	<a href="#">Speka</a>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
25	<a href="#">Sun Lark V.I.P. Service</a>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
26	<a href="#">SW Studio</a>	√	√	√	√	√		√	√	√	√
27	<a href="#">Synergos</a>	√	√	√	√	√			√	√	√
28	<a href="#">Team Systems</a>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
29	<a href="#">UPS event</a>	√	√	√	√	√	√	√	√		√
30	<a href="#">Академия приключений</a>	√	√	√	√	√			√	√	√
31	<a href="#">Артис-М</a>	√	√	√	√	√	√	√	√		√
32	<a href="#">Знак Якості</a>	√			√	√					√
33	<a href="#">Империя Праздника</a>	√	√	√	√	√	√		√	√	√
34	<a href="#">Конференц-ОТЕЛЬ Сервис</a>	√	√	√	√	√	√		√	√	√
35	<a href="#">Корица</a>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
36	<a href="#">Мастер Класс</a>	√	√	√	√	√		√	√	√	√
37	<a href="#">Мастерская чудес</a>	√	√	√	√	√	√		√	√	√
38	<a href="#">Новый Формат</a>	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
39	<a href="#">Скайларк Омни</a>	√	√	√	√	√			√	√	√
40	<a href="#">ТК Киевский Спутник</a>	√	√	√	√	√	√	√	√		√
41	<a href="#">Фанданго</a>	√	√	√	√	√			√		√
42	<a href="#">Формула команды</a>	√	√	√	√	√	√		√		√
43	<a href="#">Эксклюзив</a>	√	√	√	√	√		√	√	√	√

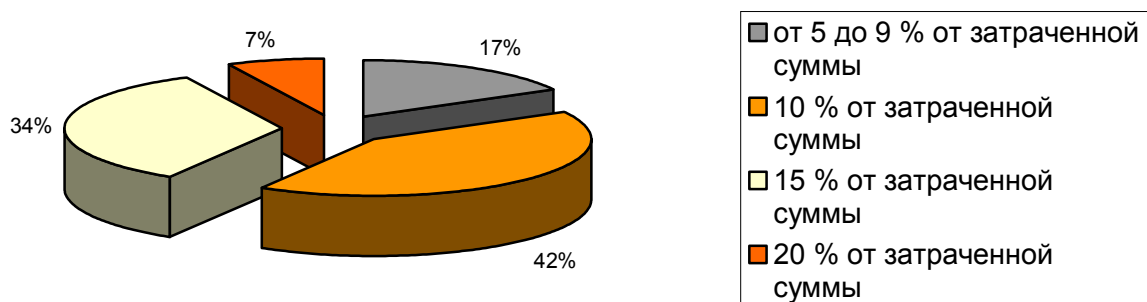
## 1. 4. Стоимость корпоративных праздников

Ценообразование в секторе корпоративных мероприятий, как и во многих консалтинговых сферах, в основном является процентным.

Как правило, event-компания определяют свой гонорар как фиксированный процент от бюджета всего мероприятия. Последний, в свою очередь, отталкивается либо от возможностей, либо от пожеланий компании. В первом случае процент берется от исходного бюджета, в которое укладывается все мероприятие, во втором же – представитель от заказчика и event-менеджер совместно формируют бюджет, исходя из пожеланий заказчика и указывая в изначальном договоре только процент от конечной суммы.

Наиболее распространенной ставкой является 10% от бюджета. Такой тариф указывают 42% из опрошенных компаний. Вторую по величине ценовую долю занимает стоимость в 15% от затраченной суммы (24%). Лишь 7% компаний доходят и превышают барьер в 20% от бюджета праздника.

### Стоимость организации корпоративных мероприятий



Бюджет стандартного корпоративного мероприятия формируется из таких 5 блоков:

- ✓ площадка для проведения (сюда включается аренда зала и бронь гостиниц, если мероприятие выездное);
- ✓ брендовые материалы (подарки с корпоративной символикой, элементы декора в корпоративных цветах);
- ✓ наполнение праздника (непосредственно сценарий, артисты, ведущие, если таковые запланированы, конкурсная программа, другое);
- ✓ кейтеринг (организация фуршетов, шведских столов, кофе-пауз);
- ✓ логистика (организация трансферов, решение некоторых административных вопросов).