

Ürituse korraldaja ABC

Soovid korraldada üritust ning mõtled, millest alustada? Oleme koostanud soovitusliku juhendi, mis aitab määratleda ja hoida fookust ning annab ülevaate kõige olulisematest korralduslikest etappidest, millele tähelepanu pöörata. Iga üritus on unikaalne sündmus, kuid põhilised punktid on korraldusprotsessis siiski samad.

Enne üritust

- ▶ 1. Mis on ürituse eesmärk ja kes on sihtrühm?
- ▶ 2. Kui suur on eelarve?
- ▶ 3. Kes kuuluvad korraldusmeeskonda?
- ▶ 4. Millised on parimad toimumiskuupäevad?
- ▶ 5. Toimumiskoha valimine
- ▶ 6. Ürituse sisuline pool
- ▶ 7. Lisaväärtuste loomine
- ▶ 8. Trendidega kursis olemine
- ▶ 9. Sobivate teenuspakkujate leidmine
- ▶ 10. Toetajate leidmine
- ▶ 11. Ürituse tutvustamine
- ▶ 12. Osalejate registreerimine
- ▶ 13. Meeldetuletuste ja praktilise info saatmine
- ▶ 14. Üllatusteks valmisolek – plaan B
- ▶ 15. Kontrollige kõike!

Ürituse ajal

- ▶ 16. Tegevusnimekiri
- ▶ 17. Nautige!

Peale üritust

- ▶ 18. Suhtlus
- ▶ 19. Kokkuvõtted

- ▶ Tekstis kasutatud mõisted

Enne üritust

1 Mis on ürituse eesmärk ja kes on sihtrühm?

Selge eesmärgi seadmine on kõige olulisem ülesanne, n-ö ürituse vundament, millele toetub kogu järgnev korraldusprotsess ning tehtavad valikud.

2 Kui suur on eelarve?

Kuidas ürituse korraldamist rahastatakse? Mis on eeldatav kogukulu? Kas kulud kaetakse ettevõtte poolt või on vaja kaasata välised toetusallikad nagu sponsorid? Kas osalejad katavad mingi osa kuludest osavõttusastudega? Kas sündmuse korraldamiseks on võimalik taotleda toetust? Kõige olulisem selles etapis on, kas üritus peaks tooma rahalist tulu või katma ära vaid korralduslikud kulud?

Juhul kui kahtlete neile küsimustele vastates, soovitame kaaluda **professionaalse korraldaja kaasamist** (sõltuvalt ürituse tüübist kas siis [PCO](#), [DMC](#) või [EMC](#)), kes aitab eelarve koostamisel ning jälgib selle täitmist kogu korraldusliku protsessi vältel, et tagada eelarveliste eesmärkide saavutamine.

3 Kes kuuluvad korraldusmeeskonda?

Väiksemate ürituste puhul tulete toime ka üksi (juhuil kui teie tavatöö seda võimaldab), kuid suurte sündmuste (näiteks konverentsid) korraldamisel soovitame mõelda, kui **oluline on hea ja piisav korraldusmeeskond**. Vajate inimesi, kes tegeleks programmi koostamisega, suhtleks esinejatega, koostaks eelarve ja jälgiks jooksvalt finantspoolt, projektijuhti, kes tegeleks korralduskohtade ja lisateenuste pakkujatega, ning lisaks ka kedagi, kes tegeleks osalejatega. Kokkuvõttes võite vajada mitut inimest.

Professionaalsed korraldajad saavad pakkuda kõiki korralduslikku poolt hõlmavaid teenuseid, mis jätab teile piisavalt aega tegeleda sündmuse sisulise poolega ja programmi koostamisega.

4 Millised on parimad toimumiskuupäevad?

Kuupäeva valides pöörake tähelepanu sellele, et see võimalusel **ei kattuks suursündmustega**, mis võivad teie soovitud sihtrühma eemale meelitada või muuta korraldamise keeruliseks. Samal ajal linnas toimuv maraton või kontsert, võib oluliselt raskendada teie sündmusel osalejate transporti või kohtadele ligipääsetavust. Samuti võib sündmuste korraldamise kõrghooajal (reeglina mai ja september) olla keerulisem leida sobivat ja soovitud ajal vaba toimumiskohta. Seega on oluline alustada korraldamist võimalikult vara, et oleks lihtsam leida teile sobivad kohad ning et teil oleks piisavalt aega sündmuse reklaamimiseks ning soovitud sihtrühma tähelepanu köitmiseks. Kuldreegel on, et mida lähemal on korraldamist alustades toimumiskuupäev, seda suurem väljakutse see teile on.

5 Toimumiskoha valimine

Tegemist on ühe olulisima etapiga korraldusprotsessis ning võimalik, et ka suurima eelarve osaga. Mõelge, mis on teie täpsed vajadused sesoses toimumiskoha asukoha ja ligipääsetavusega.

- Kas teie ürituseks on vaja vaid ühte saali või vajate ka lisaruume, näiteks töötubade jaoks?
- Kui palju osalejaid üritusele ootate ning milline peaks olema ruumi(de) stiil? Viimasest sõltub ka see, kui suurt ruumi täpselt vajate. Unustada ei tohiks ka tervise ja ohutusnõudeid, mis võib tähendada, et inimese kohta on vaja rohkem ruumi võimaldamaks osalejate suuremat hajutamist.
- Kas toimumiskohal peaks olema enda toitlustusvõimekus või plaanite kasutada majavälisest toitlustajat?
- Kui viimast, siis kas antud toimumiskoht lubab majavälise toitlustaja kasutamist või on seal eritingimused?
- Kas teie üritus saab olema vaid kohapeal toimumisega või plaanite hübriidüritust, millel on ka virtuaalne osa?

Kui olete kõik sellised küsimused ja muud ürituse eripärast lähtuvad detailid paika saanud, võite asuda võimalike toimumiskohtadega suhtlema, et leida parima sobivusega lahendus. Toimumiskoha broneerimine ning oma vajaduste võimalikult täpne edastamine on ürituse korraldamisel võtmerolliga ja samas võib olla ka üks aeganõudvamaid tegevusi. Taaskord, kui te pole päris kindel, mida te täpselt vajate või pole teil aega selle detailset süvenemist nõudva etapi jaoks, kaaluge võimalust kaasata professionaalne korraldaja. Tema saab olla teie ja toimumiskoha vaheliseks lülilik, kes oskab esitada õigeid küsimusi mõlemale osapoolle.

Nimekirja erinevatest toimumiskohtadest leiate [Visit Tallinn kodulehelt](#). Suureks abiks üldpildi loomisel on meie [toimumiskohtade võrdlustabel](#), kust leiate täpsed ruumisuurused, mahutavused ja asukoha. Hübriid ja virtuaalürituste korraldamiseks Tallinnas leiate nõu [siit](#).

6 Ürituse sisuline pool

Nüüd on see hetk, kui tuleb hakata mõtlema ürituse disainile, sisule ja esinejatele. Mis on need erilised aspektid, mis toovad osalejad teie üritusele? Millest üritus koosneb? Kas plaanite korraldada kestliku suunitlusega üritust? Võtke ühendust esinejatega, kontrollige moderaatorite saadavust. Mõelge läbi kõik võimalused, kuidas muuta teie sündmus erakordseks, millega osalejaid üllatada, kuidas tagada, et **osamine oleks meelde jääv ning isiklikult kõnetav kogemus**. Valides esinejaid pidage meeles, kes on teie sihtrühm ja koostage sisuplaan, mis oleks kaasahaarav, uuenduslik ning tekitaks osalejates tunde, et nad lihtsalt peavad seda kogema. Programmi koostades ärge unustage mõelda ka pausidele – kas neid on piisavalt, kas need on lihtsad kohvi ja lõunapausid või on neis ka mõni üllatusmoment ja meelelahutus varuks?

7 Lisaväärtuste loomine

Ürituse väärtuse tõstmiseks soovitame pakkuda kas enne ja/või pärast ürituse toimumist kultuuri- ja motivatsiooniprogramme või ekskursioone (pre- ja post-tuurid). Suuremate konverentside puhul on alati hea mõte pakkuda kaaslaste programmi. Erinevaid põnevaid ideid tegevusteks leiate meie kodulehelt. Praktiliseks kingituseks osalejatele soovitame Tallinn Card.



8 Trendidega kursis olemine

Üritust korraldades soovitame kindlasti tutvustada sihtkohta, kuhu külalised on tulemas ning pöörata tähelepanu hetkel olulistele trendidele nagu **jätku-suutlikkus** ja **kultuuripärand**.

9 Sobivate teenuspakkujate leidmine

Kui olete sündmuse korraldamisel kasutamas professionaalsete korraldajate abi pole selle etapi juures vaja pead murda. Neil on olemas oma usaldusväärsete koostööpartnerite võrgustik, mis katab kõik ürituse korraldamisega seotud praktilised aspektid, alates toitlustusest ning transpordist ja lõpetades floristidega. Juhul kui korraldate üritust ise, on sobivate teenusepakkujate leidmine teie vastutus. Pidage meeles, et on väga oluline tutvuda iga teenusepakkuja taustaga, kuna **suur osa teie sündmuse edukusest sõltub otseselt pakutavate teenuste kõrgest kvaliteedist**. Kui olete leidnud endale sobivad koostööpartnerid, ootab teid detailitüpsust nõudev etapp, kus valite teie ürituse jaoks sobivaimad teenused. Näiteks toitlustuse puhul menüüd kohvipausideks, lõunateks, vastuvõttudeks, erimenüüd toidutalumatusse puhuks, veinid ja muud joogid, jne. Otsustama peate ka, kuidas toitu ja jooki serveeritakse, kas tegemist on lauda teenindusega, püstijala stiilis toitlustusega, kas pakute avatud baari varianti. Ärge unustage pöörata tähelepanu pakutava toidu kogusele, see peaks vastama sellele, kui pikka üritust planeerite. Suuremate sündmuste korraldamisel on kindlasti hea mõte paluda toitlustajalt degusteerimist, mis annab teile võimaluse hinnata pakutava toidu kvaliteeti ja kogust (paluge näidisportsjonit ühe inimese kohta). Juhul kui vajate osalejate jaoks transporti, tuleb läbi mõelda täpne logistika – kes, kus ja millal. Kokkuvõttes võib nimekiri lisateenustest olla päris pikk, sõltuvalt millist sündmust täpselt korraldate.

10 Toetajate leidmine

Kui eelarvet koostades leidsite, et vajate ürituse korraldamisel rahalist tuge, siis nüüd on õige aeg asuda partnereid otsima. Ilmselt on teil oma valdkonnas sobivaimate sponsorite nimekiri juba olemas, kui aga mitte, siis alustage selle koostamisest. Mõelge sellele, mida saate omalt poolt pakkuda, olgu selleks koht näitusel või mõni muu võimalus osalejatega otse suhtlemiseks. Koostage atraktiivne sponsorpakkumine, mis **oleks mõlemale osapoolle tulus** ning saatke see võimalikele partneritele tutvumiseks. Tegemist on väga töömahuka protsessiga, mille täitmise saab endale võtta professionaalne korraldaja.

11 Ürituse tutvustamine

Turundage üritust osalejate leidmiseks läbi sobivaima turunduskanali. Näiteks kui teie sihtrühm koosneb pigem eakatest inimestest, kaaluge võimalust saata kutse paberikandjal, keskealiste puhul toimib suurepäraselt e-posti teel kutse saatmine ja noorem sihtrühm kasutab kõige enam sotsiaalmeedia kanaleid. Igal juhul on **sotsiaalmeedia kanalid** suurepäraseks võimaluseks sündmusele tähelepanu tõmmata ning mida varem sellega algust teha, seda parem. Looge näiteks eraldi sündmus Facebookis ning hoidke oma sihtrühma korralduslike etappidega jooksvalt kursis, sealhulgas varase registreeruja osalustasu välja kuulutamine, abstraktide esitamise tähtajad, jms. Pidage meeles, et inimesed soovivad eelkõige luua kontakte, seega kasutage seda võimalust sündmusega seotud võrgustiku loomiseks. Pakkuge osalejatele võimalus omavahel suhelda nii enne kui pärast üritust ning kasutage seda võrgustikku ürituse väärtuse suurendamiseks.

12 Osalejate registreerimine

Soovitame ka tasuta ürituste puhul registreerida osalejaid, mis tagab tulevikus lihtsama korraldamise ja õige sihtrühmani jõudmise. Juhul kui osalemine on tasuline, tuleb teil otsustada nii osavõtutasu(de) suurus kui erinevad tasud (näiteks varane registreeruja ja hiline registreeruja, organisatsiooni liikmed ja mitteliikmed). Lisaks peate kindlaks määrama tühistamise ja tagasimaksete korra. **Vajate ürituse jaoks kodulehekülge, kus oleks olemas detailne info ning registreerimisvorm, mida osalejad täita saavad**. Samuti peate olema valmis töötama sissetulevate registreerumissoovidega, arveldamise ning osalejate lisaküsimustega. Ideaalis on teil selleks meeskonnas eraldi inimene, kes vastutab osalejatega suhtlemise poole eest alates registreerimise kogumisest, kinnituskirjade ja arvete väljastamisest, erisoovide ning muudatuste tegemist kuni tühistamise ja tagasimaksetega tegelemiseni ning üldistele küsimustele vastamiseni. Sõltuvalt ürituse suuruselt võib see olla täiskohaga töö, mis nõuab palju aega ja detailitüpsust.

13 Meeldetuletuste ja praktilise info saatmine

See punkt on tihedalt seotud eelmisega ning selle olulise etapi eest vastutaja võiks olla sama inimene, kes tegeleb osalejate registreerimisega. **Enne sündmust on väga oluline võtta ühendust kõigi asjaosalistega.** Osalejatele tuleb saata praktilist infot saabumise ja toimumiskoha kohta, teenusepakkujatega tuleb täpsustada ajakava ja tellimused, esinejatega nende erisoovid ja vajadused, ning informeerida kõiki kohapeal toimuvast. See eeltöö säästab teid sündmuse toimumise ajal suurest ajakulust ning tagab kohapeal sujuva korralduse.

14 Üllatusteks valmisolek – plaan B

Ürituste korraldamise juures võite olla kindel ühes – üllatustes! Olge nendeks valmis ja ärge kartke jooksvaid muudatusi. **Mida rohkem varuplaane teil iga korraldusliku etapi kohta on, seda parem ja kiirem on teie reageerimine**, kui olukord seda nõuab. Näiteks tasub mõelda läbi, mida teha siis, kui üks esinejatest viimasel minutil haigestub või ei jõua oma lennule? Kui midagi peaks juhtuma toimumiskohaga (elektrikatkestus, veeavarii vms), siis mis oleks alternatiiv?

15 Kontrollige kõike! Jah, kõike.

Vaadake üle oma ürituse toimumise ajakava ning pidage meeles, et **iga väikseimgi detail on oluline**. Kas suunaviidad on olemas, kas neid on piisavalt? Kas toole, prügikaste ja riidepuid on piisavalt? Kas üritusel on registreerimislaud osalejate jaoks? Kui jah, siis kas see on heas asukohas ning kas teil on piisavalt inimesi osalejatega tegelemas? Kas näituseala on olemas ja kui jah, kas see on valmis (lauad, elektripistikud, posterilused jne)? Kas pakute üritusel ka tõlget? Kus on sellisel juhul tõlkijate kabiinid, kas need vastavad nõuetele?

Ning muidugi kõigi korraldajate lemmiklaps – kas tehnika töötab? Tehnika puhul on alati hea mõte selle toimimist varem proovida. Lõpuks kontrollige, et kogu teie meeskond kuni teenusepakkujateni välja teab, mida, millal ja kus nad tegema peavad.

Tekstis kasutatud mõisted:

PCO (*Professional Conference Organizer*) – ettevõtte, kes korraldab konverentse, seminare, sündmusi.

DMC (*Destination Management Company*) – ettevõtte, kes on kohaliku piirkonna ekspert ning pakub erinevaid ekskursioone, tegevusi, transpordilahendusi, logistikat, sündmuste korraldusteenust.

EMC (*Event Management Company*) – ettevõtte, kes korraldab erilise sisuga üritusi, temaatilisi ekskursioone, meeskonnaüritusi, tseremooniaid, tähtpäevi, tootetutvustusi, töötubasid jms.

Ürituse ajal

16 Tegevusnimekiri

Koostage ürituse toimumise ajaks tegevustest nimekiri / memo / ajakava koos **kõikide osapoolte kontaktidega** korraldusmeeskonnale.

17 Nautige!

Olete selle sündmuse süda ja hing, kes on kõik need inimesed ühise eesmärgi nimel kokku toonud. **Jagage ülesandeid nii palju kui vähegi võimalik** oma meeskonnaliikmetele ning ärge unustage toimuvat nautida.

Peale üritust

18 Suhtlus

Pärast ürituse lõppu on ülimalt oluline võtta ühendust kõikide osapooltega, kes sündmuse toimumisele kaasa aitasid – osalejad, esinejad, teenusepakkujad, sponsorid ja meeskonnaliikmed. Täna neid, küsige nende tagasisidet ja jagage nendega saadud tagasisidet. Kindlasti tasub jagada pilte, videoid ja tagasisidet ka sotsiaalmeedias. Kulutasite palju aega ühise eesmärgi saavutamise nimel, seda ühtsustunnet tasub hoida. Pidage meeles, et **iga tagasiside on väärtuslik**, nii hea kui halb. Kasutage seda nutikalt, et tulevikus veelgi paremini üritusi korraldada.

19 Kokkuvõtted

Sõltuvalt üritusest võivad kokkuvõtted olla kas lihtsad ja ülevaatalikud või äärmiselt detailsed. Juhul kui korraldamiseks anti toetust võib aruandlus olla vägagi põhjalik ning vajada taaskord professionaalse korraldaja abi. Juhul kui koostate kokkuvõtet vaid enda tarbeks, peaks see kindlasti **sisaldama ülevaadet osalejate arvust (nii kohalikud kui väliskülalised), eelarvest ja kasumist, tagasisidet ning saavutatud eesmärke**.