



ВЕНСКИЙ ВАЛЬС

В ТРЦ ФИЛИОН

Отчет о проведении праздника
Международный женский день
8 марта в ТРЦ “Филион”

no
panic

агентство
ПОЗИТИВНЫХ
КОММУНИКАЦИЙ

ФИЛИОН

Мероприятия были проведены 8 марта с 12:00 до 19:15 на площадях Малого атриума 1-го этажа ТРЦ и в южной галерее второго этажа.

Подготовительные работы на местах проведения были реализованы в ночь с 7 на 8 марта, в нерабочие часы ТРЦ.

Состав отчета:

1. Фирменный стиль мероприятия, оформление площадок, костюмов, раздаточные материалы и подарки.
2. Музыкально-театральная программа
3. Мастер-классы
4. Поздравление работников и посетителей.
5. Итоги, анализ, корректировки на будущее.

Фирменный стиль мероприятия, оформление площадок, костюмы, раздаточные материалы и подарки.

Знак мероприятия, орнаментальные патерны, пиктограммы, на их основе разработаны рекламные материалы, информационные стенды, раздаточные материалы и костюмы актеров.

ВЕНСКИЙ ВАЛЬС
В ТРЦ ФИЛИОН



Фирменный стиль мероприятия, оформление площадок, костюмы, раздаточные материалы и подарки.

Оформление площадок.

Концертная площадка в малом атриуме и места под мастер-классы на втором этаже были покрыты ковролином “фирменных” цветов, для создания визуального единства всего мероприятия на разных территориях, а также более уютной атмосферы для участников и зрителей мастер-классов - вместо плитки мягкий ковролин.

Также каждый мастер-класс был оформлен и визуально отделен от потока посетителей деревянными садовыми шпалерами декорированными искусственными цветами.

Аналогичные шпалеры и цветы использовались и для оформления сцены и “венского кафе” перед ней. Вся мебель была подобрана в белом цвете и в стилистике венского паркового кафе начала 20 века.

Фирменный стиль мероприятия, оформление площадок, костюмы, раздаточные материалы и подарки.



Фирменный стиль мероприятия, оформление площадок, костюмы, раздаточные материалы и подарки.

09:00 - все готово к открытию
торгового центра и приему участников
мастер-классов



Музыкально-театральная программа

Основа музыкальной программы - концерт струнного квартета Барклянского, в трех отделениях
12:30 -30 минут 14:30 - 45 минут 16:30 45 минут
Основа репертуара - знаменитые вальсы всего мира.



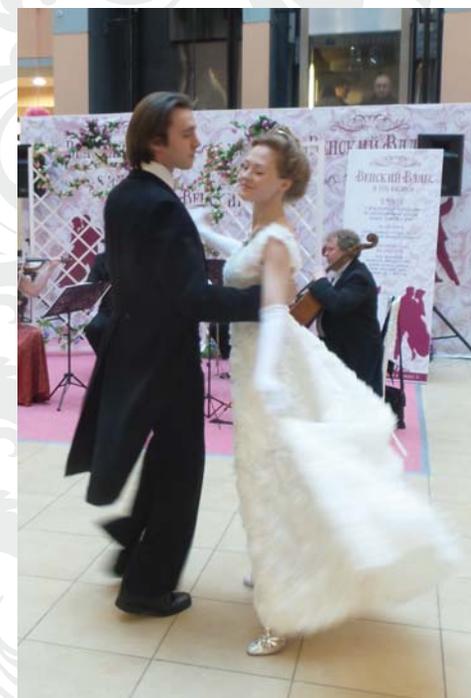
Музыкально-театральная программа

Молодые актеры московских театров в костюмах эпохи венского вальса, во время концертов находились непосредственно на площадке создавая визуальную атмосферу венского кафе и представляя зрителям танцевальные номера.



Музыкально-театральная программа

Между концертами, актеры в костюмах передвигались по торговым залам ТРЦ поздравляя покупателей, раздавали флаеры и открытки, а также приглашали на концерт и созывали участников на мастер классы.



Кофейное шоу и наши зрители



Кофейное шоу - дегустация 140 порций кофе с рассказами об особенностях разных сортов и способах заваривания.

Мастер-классы

В течение всего мероприятия работали мастер-классы. Они вызвали особый интерес у посетителей и причем не только у детей :). Независимо от условий контрактов все компании пошли нам на встречу и перевыполнили план как по времени работы так и по количеству участников.

Всего провели 4 мастер-класса:

- 1) лепка из марципанов,*
- 2) создание шоколадных конфет,*
- 3) создание сладостей и конфет,*
- 4) роспись шоколадных плиток*



Результаты работы на мастер-классах участники забирали с собой и конечно в упаковке наших фирменных цветов!



Поздравление работников и посетителей.

Все барышни - сотрудники магазинов размещенных в ТРЦ получили поздравления, цветы и открытку от имени Филиона.



Делегацию поздравляющих, во главе с ведущим музыкальной программы и его помощниками актерами из “венского кафе”, долго не отпускали из каждого из магазинов, с ними фотографировались, предлагали свои подарки - очень сильная и позитивная реакция на Филион который “не забыл” поздравить своих клиентов- коллег.

Поздравление работников и посетителей.



Конечно все посетители торгового центра которых мы заставали в магазинах во время поздравления тоже получали и цветочек и открытку. И все женщины которые слушали наш концерт или участвовали в мастер-классах тоже “подарились” цветочками и открытками. Всего таким образом было реализовано 640 роз (на фото именно они) 400 открыток, и порядка 3000 флаеров.

Итоги, анализ, корректировки на будущее.

1. Наблюдения в процессе работы показали, что значительное кол-во людей фотографировались с нашими актерами, в интерьерах “кафе”, снимали наш квартет и мастер-классы. Причем как во время мероприятия так и после. Стол и пара стульев которые перенесли на сцену превратилось в постоянно место для фотографирования. Очевидно все эти фотографии появятся в интернете с подписями Филион. Однако в будущем будет верным указывать логотипы ТРЦ Филион (которыми мы пожертвовали в этот раз ради цельности образа) во всех материалах, что повысит узнаваемость места проведения понравившегося людям мероприятия.

2. Наилучшее визуальное восприятие концерта происходило на центральной площадке и чуть далее под навесов второго этажа (вход в детский мир). На площадке акустический звук был вполне приемлемый. Однако, отходя к под навес звук терялся, при этом на балконах второго и даже третьего этажа он был слышен нормально. В таких условиях, очевидно, что в акустический концерт желательно дополнительно подзвучивать. Ведущий при этом был слышен даже на фудкорте :)

3. Основная проблема, и она конечно известна руководству ТРЦ, и заключается в направлении аудитории в ту часть ТРЦ где у нас проходил концерт и мастер-классы. Курсирующие по галереям актеры с раздачей листовок и “зазыванием” эффективно сработали на мастер-классы и недостаточно эффективно для перенаправления зрителей на концерт.

По нашему мнению для перенаправления потоков от Ашана и ОБИ которые очевидно формируют очень большую аудиторию, необходимо использовать больше промуотеров (возможно менее квалифицированных или творческих (подешевле то есть), но более заметных количеством. Очень неплохим вариантом может быть установка информационных киосков на местах концентрации посетителей, где может быть представлена более подробная и мотивирующая информация по мероприятию. Киоски в этом случае можно сделать постоянными с прицелом не только на текущие, но и с анонсированием будущих мероприятий и программ.