JUPITER PRIME

Consulting • Training • Advisory

جوبيتر برايم للاستشارات والتدريب

كتيّب الدورة

دورة متقدمة في استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات

31 مايو – 11 يونيو 2027

روما

info@jupiterprime.uk

jupiterprime.uk

مسجّلة في المملكة المتحدة والمملكة العربية السعودية

دورة متقدمة في استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات

المرجع: 320_10841 **التاريخ:** 31 مايو – 11 يونيو 2027 **المكان:** روما **الرسوم:** GBP 10500

استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات دورة تدريبية متقدمة مدتها أسبوعين لمديري الفعاليات ومنظمي المؤتمرات ومخططي فعاليات الشركات الذين يحولون أهداف الأعمال إلى مؤتمرات ومهرجانات وحفلات إطلاق، ويبني فيها كل مشارك خطة متكاملة لإدارة فعالية. فالرعاة والتنفيذيون ينتظرون اليوم أن تثبت كل فعالية عائدها، بينما تزداد متطلبات المواقع والموردين وقواعد السلامة. وتقدم جوبيتر برايم للتدريب هذه الدورة للفرق التي تخطط الفعاليات الحية وتنفذها.

لماذا تهم استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات الآن

تتشكل الفعاليات الحية اليوم تحت ثلاث قوى: رعاة وتنفيذيون ينتظرون عائدا قابلا للقياس على الأهداف، وحضور يقارنون كل فعالية بتجارب رقمية وهجينة مصقولة، وجهات مختصة وشركات تأمين تدقق في سلامة الحشود وإمكانية الوصول والأثر البيئي. فالمنظم الذي يحدد أهدافا واضحة ويتعاقد بعناية ويخطط للمخاطر يحمي الموازنة والسمعة، أما الذي يرتجل فيواجه تجاوز التكاليف وحوادث السلامة وجلسات خاوية. وتستند الدورة إلى ممارسات إدارة استدامة الفعاليات المعروفة ومبادئ ديناميكيات الحشود وأساليب قياس العائد على الاستثمار لدى منظمي المؤتمرات والمهرجانات والمعارض وفعاليات الشركات الكبرى.

المستفيدون من استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات

- قادة الفعاليات المسؤولون عن الأهداف والموازنات والجداول الزمنية للمؤتمرات ولقاءات الشركات
- منظمو المؤتمرات الذين يبنون البرامج وقوائم المتحدثين ورحلة المندوبين
- منتجو المهرجانات والفعاليات العامة الذين يخططون المواقع وتدفق الحشود وتصاريح الجهات
- مخططو فعاليات الشركات الذين يديرون حفلات الإطلاق ورحلات الحوافز واجتماعات القيادة
- مسؤولو حسابات الوكالات الذين يديرون طلبات العملاء وشبكات الموردين وموازنات الفعاليات

تستفيد إدارة الفعاليات الداخلية أو وكالة الفعاليات أكثر حين يحضر قادة مشاريعها ومسؤول العمليات معا ويتفقون على منهج تخطيط واحد.

قدرات استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات

يربط المشاركون كل قرار تخطيطي، من الموقع إلى عقد الضيافة، بالهدف الذي أقيمت الفعالية من أجله.

- تصميم أهداف الفعالية ومقاييس نجاحها مع الرعاة — اعتماد الإدارة التنفيذية
- بناء موازنات الفعاليات مع الاحتياطي وجداول التدفق النقدي — موافقة الإدارة المالية
- تقييم عقود المواقع والموردين في بنود الإلغاء والقوة القاهرة والتناقص — الشؤون القانونية والمشتريات
- تحديد رحلة الحضور من التسجيل حتى المتابعة — رضا المندوبين
- اختبار خطط المخاطر وسلامة الحشود والطوارئ مع الموقع والجهات المختصة — السلامة العامة
- حساب العائد على الاستثمار بعد الفعالية وأثر الاستدامة — الرعاة والقيادة

مصطلحات استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات الأساسية

- جدول التشغيل — جدول دقيقة بدقيقة يسرد كل إشارة ومورد ومسؤولية في يوم الفعالية.
- بند القوة القاهرة — صياغة تعاقدية تعفي الأطراف من التعهدات حين تمنع ظروف خارجة عن إرادتهم التنفيذ.
- التناقص — الحصة المتفق عليها من حجز الغرف أو الضيافة التي يمكن للعميل التخلي عنها دون غرامة.
- كثافة الحشود — عدد الأشخاص في المتر المربع، وتستخدم لتحديد السعة وضوابط التدفق.
- العائد على الاستثمار في الفعاليات — مقارنة نتائج الأعمال المقاسة لفعالية ما بتكلفتها الكلية.
- الفعالية الهجينة — فعالية تجمع جمهورا حاضرا وجمهورا عن بعد ينضم عبر منصة رقمية.

استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات يوما بيوم

اليوم 1: مشهد الفعاليات والأهداف الاستراتيجية

- أنواع الفعاليات من المؤتمرات إلى المهرجانات — اختيار الصيغة
- رسم خريطة الرعاة والحضور والجهات المختصة — تحديد الأولويات
- وضع الأهداف بمعايير نجاح قابلة للقياس — اعتماد الإدارة التنفيذية
- تخطيط محفظة الفعاليات عبر التقويم السنوي — توزيع الموارد
- اتجاهات السوق في الفعاليات الهجينة والتجريبية — ابتكار الصيغ

اليوم 2: تصميم المفهوم والبرنامج والمحتوى

- تطوير مفهوم الفعالية وموضوعها — ملاءمة الجمهور
- بنية برنامج المؤتمر وصيغ الجلسات — تفاعل المندوبين
- استقطاب المتحدثين وإحاطتهم والتعاقد معهم — جودة المحتوى
- قائمة فقرات المهرجان وتقسيم مناطق الأنشطة — تجربة الزوار
- إنتاج المحتوى الهجين وخطط البث — الوصول إلى الجمهور عن بعد

اليوم 3: الموازنة والرقابة المالية

- هيكل موازنة الفعالية وفئات التكلفة — ضبط الإنفاق
- مصادر الإيراد من التذاكر والرعاية والعارضين — نقطة التعادل
- تخطيط الاحتياطي وجدولة التدفق النقدي — المرونة المالية
- مقارنة عروض الموردين والتفاوض معهم — القيمة مقابل التكلفة
- تتبع الموازنة وتقارير الانحراف — المساءلة المالية

اليوم 4: المواقع والموردون والعقود

- معايير اختيار المواقع والزيارات الميدانية — قرار الموقع
- بنود الإلغاء والقوة القاهرة والتناقص في العقود — حدود المسؤولية
- موردو الصوت والصورة والمسارح والإنتاج — الجاهزية الفنية
- عقود الضيافة والإقامة والنقل — لوجستيات المندوبين
- إدارة أداء الموردين في الموقع — ضمان الخدمة

اليوم 5: رحلة الحضور والتجربة

- أنظمة التسجيل وجمع البيانات — فهم الحضور
- التواصل مع المندوبين قبل الفعالية وبعدها — معدلات الحضور
- تخطيط إمكانية الوصول والشمول — المشاركة المتكافئة
- تصميم التواصل المهني وأدوات التفاعل — نتائج الأعمال
- الإرشاد داخل الموقع ونقاط الضيافة — رضا الزوار

اليوم 6: التسويق والرعاية والشراكات

- خطط تسويق الفعالية واستهداف الجمهور — نمو التسجيل
- باقات الرعاية وحقوق التفعيل — الاحتفاظ بالرعاة
- مبيعات العارضين وتوزيع المساحات — أهداف الإيراد
- الشراكات الإعلامية والعلاقات العامة — ظهور الفعالية
- وسائل التواصل الاجتماعي وتضخيم المحتوى — اتساع الجمهور

اليوم 7: المخاطر وسلامة الحشود والأمن

- تقييم مخاطر الفعالية وسجل المخاطر — أولويات التخفيف
- ديناميكيات الحشود والسعة وتخطيط التدفق — السلامة العامة
- الأمن والاعتماد وضبط الدخول — حماية الموقع
- التخطيط الطبي والطوارئ والإخلاء — الاستجابة للحوادث
- بدائل الطقس والكهرباء وتعثر الموردين — استمرارية الفعالية

اليوم 8: العمليات والإنتاج ويوم الفعالية

- جداول الإنتاج وجداول التشغيل — السيطرة في يوم الفعالية
- غرفة التحكم وبروتوكولات الاتصال — سرعة القرار
- إحاطة الموظفين والمتطوعين والموردين — وضوح الأدوار
- إدارة مراحل التجهيز والتشغيل والتفكيك — سلامة الجدول الزمني
- تسجيل المشكلات لحظيا وتصعيدها — استعادة الخدمة

اليوم 9: الاستدامة وتقييم الفعالية

- ممارسات إدارة استدامة الفعاليات — البصمة البيئية
- إجراءات خفض النفايات والطاقة والسفر — أهداف الأثر
- استبيانات ما بعد الفعالية وتحليل بيانات الحضور — أدلة الرضا
- نماذج العائد على الاستثمار والعائد على الأهداف — تقارير الرعاة
- جلسات الدروس المستفادة وحفظ المعرفة — الفعاليات القادمة

اليوم 10: ممارسة إعداد الخطة المتكاملة لإدارة الفعالية

- تطبيق الأهداف والمفهوم على فعالية مختارة — الملاءمة الاستراتيجية
- تطبيق الموازنة والعقود على الفعالية — الرقابة المالية
- تطبيق رحلة الحضور والتسويق على الفعالية — خطة الجمهور
- تطبيق المخاطر والعمليات على الفعالية — التنفيذ الآمن
- إكمال الخطة المتكاملة لإدارة الفعالية وعرضها — اعتماد الراعي

تطبيق استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات بعد الدورة

- إعادة صياغة أهداف الفعالية القادمة في التقويم ومقاييس نجاحها والاتفاق عليها مع راعيها قبل حجز أي موقع
- مراجعة بنود الإلغاء والقوة القاهرة والتناقص في عقود المواقع والضيافة الحالية واقتراح تعديلات على إدارة المشتريات

أسئلة حول استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات

ما استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات ولماذا تهم الآن؟

استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات هي ربط الفعاليات بأهداف الأعمال وتخطيط موازناتها وعقودها ورحلة حضورها ومخاطرها. وتهم الآن لأن الرعاة يطلبون دليلا على العائد، وتوقعات السلامة في ارتفاع مستمر.

من الأدوار الأكثر استفادة من استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات؟

يستفيد أكثر مديرو الفعاليات ومنظمو المؤتمرات ومنتجو المهرجانات ومخططو فعاليات الشركات ومسؤولو حسابات الوكالات. فكل منهم مسؤول عن موازنة فعالية وموردين وجمهور، والمنهج المشترك يقلل المخاطر.

بم تختلف استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات عن دورة في إدارة المعارض؟

دورة إدارة المعارض تركز على المعارض التجارية ومبيعات العارضين وتوزيع المساحات. أما هذا المجال فيغطي نطاقا أوسع من المؤتمرات والمهرجانات وفعاليات الشركات، من الأهداف وتصميم البرنامج إلى سلامة الحشود وقياس العائد.

ماذا تعود به من استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات؟

تعود بخطة متكاملة لإدارة فعالية لمؤتمر أو مهرجان حقيقي أو واقعي، تضم الأهداف والموازنة والعقود ورحلة الحضور والتسويق والمخاطر والتقييم، جاهزة لمراجعة الراعي.

استراتيجية الفعاليات وإدارة المؤتمرات: الطريق إلى الأمام

توجه الخطة المتكاملة لإدارة الفعالية أولا قرار المضي والموازنة واختيار الموقع للمؤتمر أو المهرجان التالي. ويستخدمها قادة الفعاليات وشركاء الإدارة المالية والرعاة لمواءمة التوقعات قبل توقيع العقود. وبعد أول استخدام لها تستحق أقسام المخاطر والبدائل مراجعة ثانية، لأن تدفق الحشود وتعثر الموردين يشكلان تجربة الحضور أكثر من أي قرار في البرنامج.