

Aaaaaby IMPREZOWAĆ NAWET W PRACY

JĘŚLI NA TWOJE DOMÓWKI W LICEUM PCHAŁY SIĘ TŁUMY, A ZNAJOMI ZE STUDIÓW NIE ZACZYNAŁI ŻADNEJ IMPREZY BEZ CIEBIE, JESTEŚ DOSKONAŁYM ORGANIZATOREM, POCIĄGAJĄ CIĘ NIETYPOWE WYZWANIA I UWIELBIASZ, JAK LUDZIE SIĘ ŚWIETNIE BAWIĄ, A DO TEGO SZUKASZ POMYSŁU NA BIZNES, MAMY DLA CIEBIE PROPOZYCJĘ. ZAŁÓŻ NIETYPOWĄ FIRMĘ EVENTOWĄ I ZMIEN SVOJE ŻYCIE W JEDNĄ WIELKĄ IMPREZĘ!

Doradcy zawodowi cochęć tułką do głowy klientom, że najlepszy biznes, jaki mogą zrobić, to wykorzystać wrobieni kariery prywatne pasje i moc strony swojego charakteru. By znaleźć pracę marzeń, powinniśmy zastanowić się, co lubimy robić, w czym możemy być najlepsi i w czym możemy zarobić. Aco, jeżeli najbarziejnaświecielubimydobrze zabawę? Wtedy możemy założyć firmę, która zajmie się organizacją imprez. Najlepiej dotęgosprofilowanapodnasz charakter, bo skorotak kochamy „fun”, to niema cudów, niewytrzymamy w pracy, w której będąmi się nudzić. Ztakiego założenia wyszli właściciele firmy Cudotwórnia Events, Patrycja Wites i Michał Kucharski, którzy semykałkę do organizacjistudenckich imprez przekuli we własny biznes.

UNIwersyteccy aktywiści

On to absolwent politologii i, zapalony działacz i organizator. Uzależniony od uprawiania sportów rozmaitych (kolarstwo, żeglarstwo, pieszewycieczki, pogórachi wiele innych). Przez kilka lat pracował jak wycieczkowiec w zachodnich survivalowych. Cechy charakterystyczne: nietypowe poczucie humoru i zdolność realizowania nawet najbardziej nierealistycznych pomysłów. Ona, administratorka oficjalnego forum wydziałowego i zapalna aktywistka samorządu studenckiego, miała świetny kontakt

z studentami i w lota płała, co może się im podobać, awiedziała przydawała się jej podczas organizacjim.in.giemięjskich dlamłodzieży. Spotkał się na Wydziale Nauk Społecznych Uniwersytetu Śląskiego i zauważyli, że obie lubią organizować fajne, nietypowe akcje. Nie lubią też tego samego – pracować u kogoś i słuchać poleceń. Dodali do dwóch chęci po skończeniu studiów założyli wspólną firmę.

–Tobyłwynikanalizynaszycydoświadczeń, pasji i zainteresowań. Stwierdziliśmy, że to najlepsze, co możemy z tym wszystkim zrobić – wyjaśnia Michał.

Cudotwórnia Events specjalizuje się w organizacji imprez na miarę. Możliwości, fantazji albo zawartości portfela klienta. Pracują dla klientów indywidualnych i firm, a poza organizacją giemięjskich, flashmobów, eventów w marketingowych, pokazów wyścigowych, szkół przetrwania, fabularnych spotkań, wyjazdów integracyjnych, imprez motywacyjnych, nietypowych weseł mają ofertę dla zespołów i organizacji. –I – przebój rynku – nietypowe wręczanie prezentów. –Toro zajmujemy się manipulacją rzeczywistości, by za skoczycy solenizanta, np. by przenieść go w świat jego ulubionej książki czy filmu – wyjaśnia Michał.

Polacy bardzo lubią Bonda. Cudotwórnia kilka razy zagięła rzeczywistość, by w przetrzeni Górnego Śląska pojawiły się tajne agentki i siły imperium z sierpem i młotem w godle.

**CHCESZ PROJEKTU,
KTÓREGO NIE MA
W OFERCIE? ZADZWOŃ,
DOGADAMY SIĘ. IMPREZY
DLA FIRM I OSÓB
PRYWATNYCH, MOŻNA
TEŻ ZORGANIZOWAĆ
WYJAZD INTEGRACYJNY
I DOMÓWKĘ.**

– Jeden z obdarowanych otrzymał list z M6, że długo się ukrywał, ale go znaleźli, i tego samego dnia, o takiej godzinie ma stawić się nad workowatymi katowicami, gdzie będzie czekał na niego kontakt. Wliście znalazł kluczyk, a na drzwiach piękna agentka, która, jak na filmach, przekazała mu walizkę – streszcza fabułę gry Michał. – Miało do realizacji kilka zadań, wreszcie trafił do Zabrza, gdzie odnalazł tajną bazę rakietywozów ZSRR, która mieściła się w zabytkowej kopalni węgla. Asamym prezydentem był zjazd do kopalni i możliwość jej zwiedzania. Aleniesamymi Bondami firmą żyje. – Wpiątek np. będziemy porywać klientów, klasycznie, listy pogrozkami z żądaniem okupu. Też w ramach nietypowego wręczania prezentu.

Wszystkie inscenizacje tworzone są legalnie i w ramach prawa, a sytuacja jest zagrana na tyle teatralnie, by ktoś z boku nie wpadł na pomysł, że naprawdę ma miejsce jakaś podejrzana akcja, i nie zadzwonił po policję.

– Zdecydowanie nietypowe wręczanie prezentów jest naszym przebojem. Udało nam się trafić i w rynekową niszę. Jedyny problem to dotarcie do klientów, bo firm proponujących takich usług nie ma nawet na Zachodzie. W interwiecie w golemalotkoczęgość takiego szukał – tłumaczy Michał.

KLIENT NASZ PAN

Dla firm eventowych, żyjących z zleceń klientów, dotarcie do grupy odbiorców jest bynajmniej trudnym zadaniem. Założyciele Cudotwórni wiedzieli o tym, dlatego przez pierwsze miesiące działalności skupili się na puszczeniu w eter informacji o działalności swojej firmy. W ich przypadku najlepiej sprawdziła się tzw. marketing szeptany. A raczej w kółko powtarzany. – Jeszcze przed stworzeniem strony firmy staraliśmy się jak



największej liczebności i powiadać o nasze ofercie. Nie jesteśmy typową agencją kreatywną, mamy projektowy sposób na rynku. Pierwszym razem pomysł naszych pomysłów na spotkania, pod czas spotkań biznesowych i nieformalnych spotkań branżowych, takich jak StartUP Mixery czy Czwartki Social Media w Katowicach. Ludzie podpytywali, podchwytali pomysły, przekazywali dalej. Dziś Cudotwórnia jest rozpoznawalna w województwie śląskim, ludzie kojarzą nas z nietypowymi eventami. Mam nadzieję, że wkrótce dowiesie się o nas cała Polska – śmieje się Michał. Trzon firmy to dwójka jej właścicieli, a resztę ekipy stanowią zatrudnieni doradcy i specjaliści, którzy pomagają przy realizacji konkretnych projektów.

– Działamy projektowo, niemiawęsensu zatrudnić comiesięc 50 osób i ich opłacać. Gdy jest projekt wymagający udziału większej liczby osób, to mamy swój zespół, który chętnie z nami współpracuje – tłumaczy Michał. W teamie są m.in. znawczyni Australii prowadząca warsztaty taneczne, edukatorka Amnesty International, dekoratorka, stylistka i modelniczka z jazdy konnej, polonistka i logopedka, dziennikarzyni z wydziału do nauki o uniwersyteckim.

BIZNES IS BIZNES

Zaskakująco wczesnie przez Cudotwórnię możemy kosztować kilkaset złotych albo kilkadziesiąt tysięcy (jeśli ktoś zdecydował się na opcję „James Bond full wypasu”, obejmującą również letniemiejską, ileś światową hazard, wynajem luksusowych samochodów i wylatanie samolotem po Europie). Jak z finansami poradził sobie początkujący biznesista założyciele Cudotwórni? – Nim ruszyliśmy, zrobiliśmy kalkulację, ile potrzebujemy na rozkręcenie biznesu, ile na ZUS dla naszej dwójki itp. I gdy już mieliśmy wypełnione dokumenty, by założyć działalność gospodarczą, trafiliśmy na Akademię Inkubatorów Przedsiębiorczości. Zdecydowaliśmy, że zaczniemy z nimi. Polegało to na tym, że płaciliśmy comiesięcznie 250 zł i mogliśmy korzystać z ich osobowość i prawnej, wystawiać faktury, korzystać z jej biura i telefonu. To doskonały pomysł na przetestowanie działalności. Po roku testów stwierdziliśmy, że już wiemy, że już wiemy, że firma powinna wyglądać, zrobiliśmy mały biznes w ofercie i astronomicznie założyliśmy własną działalność gospodarczą – mówi Michał. – Tonadaliśmy dużej koszty, bo np. niepotrzebujemy lokal na biuro. Firma mieści się w Katowicach, a lenaspotkania i jazdy do klientów w całym kraju, fizyczne biuro jest nam więc i tak niepotrzebne.

CO NA RYNKU?

Trudno określić, ile agencji eventowych działa w Polsce, bo określenie tego może oznaczać zarówno pracujących chłanajwiększy firm korporacji i gigantów event marketingu, jak i jednoosobowe firmy, działające na lokalnym rynku. Średniaków, zatrudniających kilku pracowników i organizujących eventy dla osób prywatnych i firm jest co najmniej kilkaset. Rynek eventowy mimo kryzysu rozwija się dobrze i coraz bardziej precyzuje. Mamy już warszawskie Targi Event, w 2012 roku powstał Klub Agencji Eventowych przy Stowarzyszeniu Komunikacji Marketingowej SAR, pierwsza niezależna organizacja w Polsce zrzeszająca wyspecjalizowane firmy branżowe event marketingu. Specjaliści twierdzą, że mimo kryzysu (który najmäjciej mocno uderzył w branżę eventową w 2009 roku, gdy marketerzy zmniejszyli znacząco budżety) sprawnie prowadzone firmy mają szansę na rozwój, bo rynek eventowy jest nadal otwarty na ciekawe inicjatywy, zarówno lokalne, jak i prowadzone na skalę ogólnopolską. Szansę na rozwój ma większość, co przyciąga uwagę klientów i odróżnia je od konkurencji, jak np. firma eventowa Pracownia Niespodzianek

JAK ZAŁOŻYĆ FIRMĘ TYPU IMPREZOWNIA

1 Zacznij od niewielkich wyzwań. Sprawdź się, organizując wesele przyjaciół albo wieczór kawalerski kolegi. Jeśli okaże się, że jesteś urodzonym organizatorem eventów, pomysł o szerszej działalności.

2 Sprawdź rynek na swoje pomysły. Zobacz, jak podobne firmy działają na Zachodzie, popytaj znajomych, zrób research i sprawdź, na jakie atrakcje jest zapotrzebowanie. Wy myśl, co będzie odróżniało twoją firmę eventową od innych – czym zaskoczysz i uwiedziesz klientów? Pamiętaj, że twoja oferta powinna być przede wszystkim elastyczna. W tej branży powiedzenie „Klient nasz pan” jest prawdą po stokroć.

3 Załóż działalność gospodarczą. Na początek świetną opcją jest wypróbowanie Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości – nawet jeśli studia skończyłeś już ładnych parę lat temu, dzięki nim będziesz mieć działalność przy minimalnym koszcie własnych. Wystarczy 24 h – rozmowa z przedstawicielem Inkubatorów, podpisanie umowy i już jesteś w świecie start-upów. AIP dają również możliwość pozyskania kapitału w wysokości 100 tys. zł. Więcej informacji na www.inkubatory.pl.

4 Zrób stronę internetową firmy, załóż profil na Facebooku, tweetuj, opowiadaj i reklamuj się.

5 Twórz sieć podwykonawców. Musisz mieć znajomości i partnerów biznesowych m.in. z branży hotelarskiej, gastronomicznej i rozrywkowej. Potrzebujesz bazę sprawdzonych podwykonawców, którą buduje się co najmäjniej przez kilka miesięcy.

6 Mierz siły na zamiary i nie zaczynaj od organizacji eventu na kilkaset osób, przy którym musisz pracować z wieloma podwykonawcami. Zacznij od kilkudziesięciu osób i dwóch, trzech współpracowników. To ty finalnie odpowiadasz przed zleceniodawcą, jeśli nawali podwykonawca, za porażkę organizacyjną ty będziesz rozliczany. Nie kręć nosa, nazywając organizację imprez przed rodziny czy przyjaciół – i wiele firm tak zoczyło.

7 Klienci szukają doświadczonych firm. Po kilku miesiącach działalności zbuduj portfolio z wykonanymi projektami. Ono będzie twoją wizytówką dla następnych klientów, dlatego zawsze dbaj o udokumentowanie imprezy przez dobrego operatora lub fotografa. Musisz pokazać organizowane przez siebie eventy jako mające nie tylko świetną organizację, ale też świeżą i elastyczną obsługę i zapewniające doskonałą atmosferę.

Żurawi Czapla z Poznania, mającaw ofercie organizację imprez dla firm i osób prywatnych i oryginalne prezenty, czyli wouchery na standardowe i oryginalne niespodzianki (lotniskowy lub Cessna, nauką gry na perkusji czy miksowania DJ). A także wyspecjalizowane w jednym rodzaju imprez eventowagencje takie jak Tęczowa Fabryka Zabaw czy Gościnna, zajmująca się lokalnym rynkiem produkcyjnym przed ludziami, zarówno podczas imprez prywatnych, jak i np. okolicznościowych eventów w szkołach, przedszkolach czy galeriach handlowych.

TEKST: AGATA BRANDT

