

Илья Мельников

Как организовать и провести корпоративный праздник



Илья Мельников

**Как организовать и провести
корпоративный праздник**

«Мельников И.В.»

Мельников И. В.

Как организовать и провести корпоративный праздник /

И. В. Мельников — «Мельников И.В.», — (Бизнес-школа за 30 минут)

ISBN 978-5-457-33284-3

Популярно о проведении корпоративного праздника.

ISBN 978-5-457-33284-3

© Мельников И. В.

© Мельников И.В.

Содержание

1. Составление проекта	5
Конец ознакомительного фрагмента.	6

Бизнес-школа за 30 минут

Как организовать и провести корпоративный праздник

1. Составление проекта

Корпоративные вечеринки – неотъемлемая часть корпоративной культуры любой фирмы. Общение с коллегами в неформальной обстановке улучшает атмосферу в коллективе и способствует укреплению отношений в команде. Такой праздник нечто большее, чем просто развлечение людей, это повод сплотить коллектив, один из способов формирования команды, хорошая возможность воспитать патриотическое отношение сотрудников к фирме.

Недаром считается, что если руководство экономит на праздничном бюджете и подарках сотрудникам, то эту фирму могут ждать неудачи в бизнесе и даже полный крах. Поэтому, даже сокращая заработную плату, урезая расходы на рекламу, отказываясь от мысли о расширении бизнеса, нужно все же проводить праздники и другие увеселительные мероприятия, поддерживающие командный дух сотрудников и создающие нужный микроклимат организации.

Однако организовывать досуг сотрудников фирмы необходимо с умом. То есть в организации мероприятий, как и в любом другом деле, важен не вопрос эффективности – не сколько дать денег, а как и на что их потратить.

Поэтому, получив приглашение для организации праздника, не позднее, чем за месяц до начала предполагаемого торжества следует заняться планированием. Как ни странно большим фирмам – любителям погулять с размахом и маленьким фирмочкам, придется решать одинаковые проблемы, хотя и различными средствами.

Прежде всего, необходимо определить направленность мероприятия, которая может быть:

- внешняя (на партнеров, клиентов, широкие массы);
- внутренняя (на сотрудников фирмы).

Помня пословицу "За двумя зайцами погонишься..." не следует отмечать праздник при одновременном участии партнеров, клиентов и сотрудников. В противном случае обязательно будут недовольные невниманием гости, неловкие ситуации, и решение трудного вопроса, чего же меньше хочется: потерять клиентов, испортить отношения с партнерами или лишиться доверия и уважения собственных сотрудников.

Если нет возможности устраивать несколько банкетов, выбор направленности, следует сделать в пользу сотрудников. Партнеров и высшее руководство можно пригласить на изысканный ужин в ресторане, а постоянным клиентам послать подарки с символикой фирмы.

Выбрав направленность, необходимо подумать о целях торжества. Если этого не сделать, то мероприятие может стать простой формальностью, смысл которой не всегда понятен, или беспорядочной и чаще всего неудачной попыткой "Объять необъятное".

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.