



eventiyoga



RISORSE UTILI

**Come non perdere tempo e soldi
per preparare un evento di yoga.**



*Pianificare un evento di yoga non è una cosa semplice. Ci vuole **creatività** e una buona **organizzazione** da seguire step by step.*

*Per fare in modo di tenere tutto sotto controllo ed evitare spiacevoli sorprese abbiamo creato questa **lista** per te.*

Si tratta di una buona base su cui lavorare, altamente personalizzabile a secondo della tipologia dell'evento che organizzi. L'abbiamo testata più volte e funziona.

Puoi considerarla come uno schema da seguire che ti permetterà di essere più concreto e concentrarti sulle attività essenziali.





OFF-LINE

Prima di cominciare

“

*Ecco la **prima check list**
fondamentale da seguire.*

*Troverai tutti i punti per organizzare
il tuo evento e considerare tutte le
opzioni indispensabili per crearlo.*

”

1 FASE INIZIALE

Per ideare l'evento devi rispondere a queste domande:

Cosa vuoi organizzare, per chi, perché lo vuoi fare e come?

Ciò ti darà una prima visione chiara di quello che vuoi fare.

Sono domande cruciali a cui devi dare una risposta decisa e netta.

2 PERMESSI SPECIALI

*Devi valutare con attenzione se hai bisogno di **licenze** particolari, **permessi** per poter ospitare il tuo evento. L'organizzatore è sempre responsabile per la sicurezza dell'evento, per questo devi considerare tutte le condizioni.*

3 LOCATION

*Una scelta vincolata alla tipologia di evento che vuoi organizzare, ai gruppi o alle persone che vorresti coinvolgere. Devi considerare una serie di parametri tra cui l'**illuminazione**, lo **spazio a disposizione**, l'**acustica** e il **decoro** dell'ambiente.*

4 PERIODO (LA DATA E LA DURATA)

*Devi valutare il **calendario degli appuntamenti** più importanti e **degli eventi** organizzati da altri centri prima di decidere la data e la durata del tuo evento.*

5 PROGRAMMA

*Una volta identificato il perché vuoi organizzare l'evento, il programma è la voce fondamentale per dare il valore aggiunto alla tua proposta, che deve essere **convincente** ed essere percepita come **unica**.*

6 PREZZI

*La valutazione del prezzo deve tenere conto di tante variabili legate ai **costi di organizzazione e gestione evento**, sia offline che online, ma anche al tipo di posizionamento che vuoi far conquistare alla tua proposta.*

7 INSEGNANTI DA COINVOLGERE

*Un aspetto che può essere determinante per la riuscita dell'evento. Se l'evento deve interessare utenti anche da fuori regione valuta la possibilità di coinvolgere una **figura riconosciuta** e dal curriculum che possa dare valore aggiunto al tuo evento.*

8 ASSICURAZIONE

Valuta la necessità di attivare delle **coperture assicurative** nel caso in cui l'evento preveda specifiche attività o trasferte particolari in posti anche extraeuropei.

9 TRASPORTO (NEL CASO IN CUI FOSSE NECESSARIO)

Importante valutare tutte le **variabili relative al trasporto** nel caso in cui si tratti di viaggi in aereo oppure di spostamenti da organizzare per raggiungere mete o tappe dell'evento.

10 CIBO E MENÙ (NEL CASO SI TRATTI DI UN EVENTO DI 1 GIORNO O PIÙ)

Nel caso in cui si tratti di prevedere pausa pranzo, coffee break oppure cene con pernottamenti **valuta bene la struttura** alla quale rivolgiti e i **servizi** che mette a disposizione.

11 ELENCO COSE DA PORTARE/AVERE

Rendi chiaro al tuo utente quali sono gli **oggetti indispensabili** e quelli che sono facoltativi per la buona riuscita dell'esperienza (esempio: tappettino o cuscino da meditazione, oppure una tipologia di abbigliamento, etc...)

12 PAGAMENTO

Prevedi le formule di pagamento che accetti, **bonifico, paypal, carta di credito, etc...** in modo che l'utente sia consapevole delle possibilità che ha per poter saldare la quota. Prevedi se necessario avere degli anticipi.

13 CIRCOstanze NON PREVISTE

Prevedi già nella tua organizzazione **circostanze di causa maggiore** che potrebbero impedire la realizzazione di una parte del tuo evento, e **come risolverle**.



ON-LINE
È il momento di creare



*Ecco la **seconda check list**
fondamentale da seguire.*

*Troverai tutti i punti essenziali per
costruire una buona campagna di
comunicazione per il tuo evento.*



1 TARGET

Definisci con attenzione il tuo utente tipo.

Chi sono i partecipanti all'evento?

Non mimetizzarti! Conoscere il proprio target è fondamentale per la riuscita dell'evento.

2 BENEFICI

Rispondi a queste fondamentali domande:

Cosa offri ai praticanti? Perché dovrebbero partecipare al tuo evento scegliendo tra decine e centinaia di altri simili?

Identifica con chiarezza i benefici del tuo evento: ciò ti aiuterà a comunicare in modo chiaro.

3 SPIA LA CONCORRENZA

Cosa offrono gli altri organizzatori? Come presentono i loro eventi?

Quanto chiedono? Come si promuovono?

Puoi prendere spunti e migliorare la tua strategia, capire dove si posizionano i competitor e agire dove vedi che ci siano proposte poco convincenti o parziali.

4 TESTO DELL'EVENTO

Words have power! Le parole hanno potere, se le sai usare bene.

Scrivi il testo dell'evento in modo da entusiasmare te stesso.

Specifica i bisogni, i benefici, metti le informazioni importanti e un invito a compiere un'azione.

5 CREA FOTO E VIDEO

Utilizza le foto di grande impatto e con il copyright. Osserva la foto con lo sguardo del critico, e poniti questa domanda: Parteciperesti all'evento guardandola?

Non esagerare con il testo. Potrebbe essere difficile da leggere e non idoneo per la promozione sui social.

6 RECENSIONI E FEEDBACK

Le recensioni sono il tuo turbo nella vendita dei biglietti. Le cerchi anche tu quando acquisti qualcosa, no? Un'ottima recensione è un tuo agente nella vendita dei biglietti per il tuo evento. Inoltre è gratuita! Chiedila quanto più possibile a chi ti conosce e a chi ha già partecipato ai tuoi eventi.



STRATEGIA DI PROMOZIONE

“

*Ecco la **terza check list**
fondamentale da seguire.*

*Troverai tutti i punti strategici per
fare in modo che le attività dedicate
alla promozione siano il più efficaci
possibili.*

”

1 BUDGET

Solo i sorrisi, il sole e poche altre cose sono gratis. Il tuo tempo costa.

Organizzare l'evento con zero budget è alquanto improbabile.

*Devi decidere **che somma di denaro dedicare** al lancio dell'evento.*

2 CANALI ON-LINE

Quali canali utilizzare per la vendita dipende sia dal tuo target, che dal budget che hai stabilito.

Dove abitano i tuoi potenziali partecipanti? Sono navigatori web abituali? Cosa cercano e come fanno a trovarli?

La scelta dei canali migliori può risultare impegnativa. Puoi considerare qualche alternativa e delegare la promozione agli esperti di yoga event marketing.

3 COINVOLGI I PARTNERS

Coinvolgi la struttura dove organizzi l'evento, i tuoi allievi, amici-blogger, i centri yoga amichevoli. Molti sono coloro che potrebbero aiutarti a diffonderle informazioni relative all'evento. L'unione quasi sempre fa la forza.

4 MISURA IL PROGRESSO, CONTROLLA IL BUDGET

*Crea un sistema di **parametri numerici** per seguire il progresso delle iscrizioni all'evento. Se è necessario, rivedi la strategia a favore delle azioni più efficienti.*

5 PRENDI NOTA

*Lavora con la testa e **per il futuro**. Annota tutte le questioni e le cose importanti in fase di promozione: le difficoltà riscontrate, i dubbi, le idee, le riuscite, etc.*

Tutto questo ti può essere utile per il tuo prossimo evento.



GESTIONE CONTATTI



*Ecco la **quarta check list**
fondamentale da seguire.*

*Troverai tutte le attività che possano
aiutarti e gestire nel modo migliore i
contatti che hai preso.*



1 RICHIESTE RICEVUTE

Il numero degli iscritti dipende anche dai **tempi di risposta** e dalla **qualità delle informazioni fornite**. Crea una lettera per chi richiede informazioni sull'evento, specifica i benefici, le info rilevanti e i suggerimenti vari. Inviala non appena ricevi richieste. Ricordati di telefonare ai contatti ricevuti.

2 GESTIONE CONTATTI

Aggiungi tutti i contatti che ricevi in una **banca dati**: un semplice file, oppure in un database per invio newsletter come MailChimp o simile, nel tuo CRM (ad esempio: HubSpot). Ti serviranno per i tuoi prossimi eventi.

3 PAGAMENTI

Richiedi il **pagamento anticipato del biglietto**: il 100% oppure un acconto sostanzioso, non meno del 30% per evitare sorprese poco piacevoli e disdette dell'ultimo minuto.

4 PARTECIPANTI

Una settimana prima dell'evento manda una **lettera** a tutti i partecipanti **con info utili e con i ringraziamenti** per averti scelto.

5 USA WHATSAPP CON I PARTECIPANTI

Una volta che hai chiaro chi parteciperà all'evento e chi è fortemente motivato a farlo, crea per loro un gruppo Whatsapp. Sarà un ottimo modo per costruire una fiducia reciproca, rispondere ai dubbi e alle domande sull'evento in modo diretto e veloce, permettere alle persone di iniziare a conoscersi.



POST EVENTO



*Ecco la **quinta check list**
fondamentale da seguire.*

*Troverai tutte le attività che ti
consigliamo al termine della chiusura
dell'evento per ottenere feedback e
migliorare i tuoi prossimi eventi.*



1 LOCATION

Lascia la location nelle stesse condizioni in cui l'hai trovata (o meglio). Assicurati che le attrezzature siano state portate via, che la spazzatura sia stata riposta negli appositi bidoni.

2 LETTERE E TELEFONATE DI RINGRAZIAMENTO

Manda una lettera a tutti coloro che hanno partecipato **ringraziandoli** per la fiducia e ricordando i prossimi appuntamenti che organizzerai.

3 RACCOLTA DELLE RECENSIONI E PUBBLICAZIONE

Richiedi un **feedback** ai partecipanti appena concluso l'evento con un questionario di valutazione che puoi preparare prima dell'inizio del tuo evento. Richiedi recensioni tramite i tuoi canali in modo da poter mostrare sul web la bontà del tuo lavoro.



GLI ERRORI DA EVITARE



*Ecco la **sesta check list**
fondamentale da seguire.*

*Troverai i 10 errori da evitare e cosa non
fare quando decidi di programmare e
organizzare il tuo evento.*



- 1 PARTIRE TARDI CON LA PROMOZIONE**
- 2 NON AVERE CHIARO IL PROPRIO TARGET E I SUOI INTERESSEI**
- 3 NON SAPERE QUANTO COSTA 1 ORA DEL TUO TEMPO**
- 4 NON AVERE UN DATABASE DEI CONTATTI**
- 5 NON CONOSCERE LA CONCORRENZA**
- 6 METTERE FOTO POCO IDONEE**
- 7 NON AVERE UNA BUONA PRESENTAZIONE DEL TUO EVENTO**
- 8 NON RIPORTARE RECENSIONI E FEEDBACK DEI PARTECIPANTI**
- 9 DIMENTICARE I PROPRI CONTATTI E NON RICONTATTARE GLI INTERESSATI**
- 10 NON CHIEDERE IL PAGAMENTO ANTICIPATO O UN ACCONTO**