

嵩明迎春活动搭建企业

发布日期：2025-09-21

活动前是有一个漫长的筹备期与执行期我把活动正式开始之前的时期，都称之为活动前。具体又分为筹备期和执行期。其中筹备期是指对活动策划、构想阶段；执行期则是确定好活动主题后，去不断推进活动进程。执行公司需要先对活动目的进行统一认知，要根据活动目标去设定和判断本次活动的预期效果、活动风险。这有利于你更好地去把控整场活动。对线下沙龙、会议、讲座等活动来说，场地和嘉宾是非常重要的。筹备期内一定要先确定好场地和嘉宾，否则会非常影响活动周期和节奏。对于场地的选择，我个人一般都会有以下几个考虑：价格：场地的价格成本一定要控制，能以资源置换的形式廉价获得，那是比较好了。如果实在不行，也要以搭载资源置换的形式去获得较低的价格。空间：要根据活动预期人数选择能够足够容纳的场地。交通：交通便利很重要，地铁附近是优先。设备：主要看场地方是否能提供音响、话筒、LED屏幕、桌椅等一些会议必备的设备。确定的场地，应该是以上几点因素综合后的比较好选择。活动执行需了解许多知识，包括各类制作材料还有特殊性，安装问题、制作工艺等。嵩明迎春活动搭建企业



执行必须完全了解策划方案、项目的情况、甚至是活动方（甲方）或者行业的情况。不能一个科技类的峰会，给人家搞成大卖场的活动。除此之外，你还需要对活动的流程、场地、到场人员数量等所有背景信息面面俱到。中期：活动执行需要和很多人对接，主要是客户这边的项目各个负责人。一方面是确定策划方案的准确无误，另一方面是与客户确定策划方案做出的各种设计是否可行，这是一个需要耐心和细心的过程。同时，为了确保活动的顺利进行，执行还需要对活动有一定的危机风险预判，并且做出相应的对应策略，以防万一。后期：物料的制作。在中期已经完成了各个物料的设计，到了这一阶段就需要制作物料了。物料就牵扯到很多的供应商，这需要更提前一点的时间去沟通，比如中期。在对接物料这一块，需要考虑物料的制作周期，和物流

的时间成本。因此，整个活动下来，一定要做好时间的规划。嵩明迎春活动搭建企业活动执行公司一定要做好检查跟排查，查漏补缺，让活动安全顺利进行。



各方沟通与对接其实在整个活动准备期中，基本就是在和各方做沟通与对接，比如嘉宾、场地、合作方等。但我在沟通中发现很多人喜欢拖，明明答应你周三给你一样东西，但到周五还没有给你。这样的情况，就会的拖慢你的进度和效率。怎么办呢？很简单的方法，不停地催。如果催了也没用，就让你的上级或者对方的上级去催，虽然方法有些不厚道，但能保证进度。做为活动执行公司所要对接的不止是策划还有甲方，物料是对物料供应商还是对甲方，为了活动的顺利举行，一定要按时达成推进计划。

大型赛事活动执行是有非常严苛的规定，尤其是一些户外越野类的赛事，一不小心就会出现人生安全问题，大型公开性活动工作较为复杂，涉及宣传、广告客户、赞助商以及更多繁杂的现场服务等事宜。因此，大型公开性活动需要在具体执行中制定严谨周密的活动执行方案。本标准将活动执行分为：信息沟通、方案制定、沟通分工、活动筹备、实地勘察、执行方认定、现场执行和会后跟进，以供执行负责人把握整个执行过程，避免因缺乏程序和规划而造成执行疏漏或偏差，实现清晰的活动把握、周到而创新的方案设计、明确的人员分工安排、完美的现场执行和持续到位的会后跟进，终完成一个完美的活动执行过程。活动执行，需要有专业的人来对活动进行执行，保证活动所带来的效益。



一个好的事件活动组织者，既要是品牌大使、产品专家，也要是管理人才、沟通高手，还得懂审美、能属文，既要懂建筑、搭建、声光电的基础知识，又得有与供应商、经销商等各方斡旋沟通、适当平衡，还得艺术地协调各方支持，该坚持时强硬如钢，该谦卑时低头如水；起早贪黑不见得有功，个别细节出错即能获罪，关键，还得有一颗强大的心脏，不能玻璃心；对的要听，杂音要听，非议也得听；还要巧妙化解，以野果成佳酿。上下纠结，反复考虑，始得正音是以事件活动管理岗，是一个集编剧、导演、场工、艺术指导、后勤等多种角色于一身的岗位，做好了实在不易，请善待他们、理解他们、支持他们。如果某一场活动作为品牌人的你碰巧也在，不要做双手插兜作壁上观，不要指手画脚、评头论足；遵守规则，谦卑为怀；躬身入局，听从调度；少提问题，多提方案；合理建议，动手支援，是所有品牌参与人的比较好素养。活动执行公司为了确定策划方案准确无误，要根据策划方案做出各种设计是否可行。嵩明迎春活动搭建企业

活动执行需要和很多人对接，主要项目各个负责人。嵩明迎春活动搭建企业

活动就是一部没有剧本的电影，出错了，可以重头再来。你无法预测活动上回出现任何变故。但是，你可以事先做好计划，以便应对随时会出现的意外。（墨菲法则：可能会出错的事情一定会出错）一场活动的规模取决于活动目的和活动预算。活动要办的有意义，你必须要非常清楚活动的目的是什么□A公司一款新产品上市，并且提高了公司的市场占有率□B公司为了挽回市场份额的损失，提前了新品的上市时间，举办了一次盛大的产品发布会。但是B公司的新品因为提前推向市场，导致产品存在一定缺陷。这样的产品发布会不仅不能解决问题，并且造成资金浪费、公司声誉等问题。这样的活动就没有举办的意义。嵩明迎春活动搭建企业