

2020

KOÇ TOPLULUĞU ETKİNLİK YÖNETİM REHBERİ

İÇİNDEKİLER

Giriş	4
Bölüm 1: Verimlilik ve Çevre Odaklı Yaklaşım	9
Bölüm 2: Etkinlik Yönetimi: Genel Yaklaşım	31
Bölüm 3: Etkinlik Yönetimi (Offline)	73
Bölüm 4: Online ve Hibrit Etkinliklerin Yönetimi	131
Bölüm 5: Salgın Döneminde Etkinlik Yönetimi	144
Bölüm 6: Değerlendirme Süreci	158
Ekler	166

Bölmömlere geçiş yapmak için sayfa numaralarına tıklayabilirsiniz.



***"Geçmiş, gücümüz,
değerlerimiz bugünümüz,
bakış açımız yarınlarımızdır."***

/ Semahat Arsel

Giriş



Dönüşüm bizim en güzel etkinliğimiz

Değerli çalışma arkadaşlarım,

Önümüze çıkardığı zorluklar kadar sunduğu fırsatlarla da benzersiz bir çağdayız. Tasarımdan üretime ve dağıtım, müşteri ilişkilerinden iletişime kadar her alanda iş modellerimizi ve bakış açımızı test eden, bizden yepyeni yaklaşımlar, sıra dışı uygulamalar talep eden bir dönemdeyiz. Çok önem verdiğimiz verimli kaynak kullanımı ve çevreye duyarlı iş modelleri bugün artık kurumsal itibarın oluşmasında önemli başlıklar olarak görülüyor.

Her zaman değerlerimizden güç alan ve Topluluğumuzun dışarıya açılan yüzü olan etkinlik iletişimini artık bu bakış açısıyla ele alıyoruz. Etkinliklerimizi, dönüşüm, yenilikçilik ve toplumsal sorumluluk başlıklarındaki iddiamızı ve kararlılığımızı gösterme fırsatı olarak değerlendiriyoruz.

Buradan hareketle ve dünyamızın geleceğine dair taşıdığımız sorumluluğun bilinciyle, tüm etkinlik çalışmalarımızda, kaynaklarımızı en verimli şekilde kullanmanın yolunu bulmak zorundayız. Sıfır Bazlı Bütçeleme metodolojisi bu konuda da kaynaklarımızı daha verimli şekilde kullanarak ihtiyaç duyulan alanlara tahsis edebilmemize yardımcı olacaktır. Ayrıca, çevre konusundaki hassasiyetimizi de etkinliklerimizin merkezine yerleştireceğiz.

İşte bu anlayışla hazırlanan Koç Topluluğu Etkinlik Yönetim Rehberi, Topluluk değerlerimizle uyumlu, dönüşüm odaklı ve ortak sinerjiye katkı sunan etkinliklerin yaratılması için temel yöntemleri özetliyor.

Etkinlikler konusunda kaynak kitap niteliğindeki bu rehberden yararlanacağınıza inanıyorum. İhtiyaç duyduğunuz her noktada, Koç Holding Kurumsal İletişim Departmanı'nın desteğini alarak, etkinlik çalışmalarınızı başarıyla hayata geçirmenizi diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Levent Çakıroğlu

CEO



5



GİRİŞ



Asıl sorumluluğumuz geleceğe

Koç Topluluğunun değerli üyeleri,

Dünyamız pek çok alanda olduğu gibi iletişim alanında da büyük bir dönüşümden geçiyor. Yeni mecralar yeni maceralara olanak sağlarken, iletişim kişiselleşiyor, markalarla tüketici arasındaki mesafe hızla ortadan kalkıyor. Etkinlik gibi, paydaş iletişiminin öne çıktığı, itibar yönetiminin ağırlık kazandığı alanlar da bu dönüşümden fazlasıyla etkileniyor.

Küresel salgının da etkisiyle iyiden iyiye hızlanan dönüşüme ayak uydurmanın yolu ise, alışkanlıkları sorgulamaktan, bakış açımızı yenilemekten geçiyor. Bu bağlamda, çoktan beri gündemimizde olan “yeşil etkinlik” felsefesi bize yeni bir geleceğin kapısını aralıyor. Çevreye duyarlı uygulamaların, sürdürülebilir verimliliğin ve tasarruf odaklı bakış açısının sembolü haline gelen bu anlayış, etkinliklerimizin vazgeçilmez bir parçası olmaya devam edecek.

Her sayfasıyla dönüşümü önceleyen ve yenilikçi bir bakış açısıyla hazırlanan Koç Topluluğu Etkinlik Yönetim Rehberi, Topluluk değerlerimizle evrensel değerleri harmanlayan bir rehber. İster yüz yüze olsun ister online platformlarda, paydaşlarımızla bir araya geldiğimiz her etkinlikte, stratejiden planlamaya, yaratıcı konseptten uygulamaya kadar, akla gelebilecek her konuyu kapsıyor, doğru metodolojiyi gözler önüne seriyor.

Fikirlerin hayat bulduğu, hayallerin gerçeğe dönüştüğü ve itibar yönetiminin öne çıktığı etkinlikleri bu yeni bakış açısıyla hayata geçirdiğimizde, hem toplumsal fayda üreteceğimize hem de şirketlerimiz arasındaki sinerjiyi en üst düzeye çıkaracağımıza inanıyorum.

Etkinlik alanında, ihtiyaç duyduğunuz her an, Koç Holding Kurumsal İletişim Departmanı olarak sizlere gerekli desteği sunmaya hazırız.

Başarılı etkinliklerde yararlanmanız dileğiyle...

Oya Ünlü Kızıl

Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü



6



GİRİŞ



Bu rehberin amacı

Koç Holding ve Koç Topluluğu Şirketlerinin Kurumsal İletişim Departmanlarına yönelik olarak hazırlanan Koç Topluluğu Etkinlik Yönetim Rehberi, Koç Holding ve Topluluk şirketleri tarafından gerçekleştirilen tüm etkinlikler için geçerli standartları ve protokolleri özetliyor. Bu rehber aynı zamanda etkinlik konusuna bakışımızdaki değişimin de altını çizmeyi amaçlıyor.

Yeni bakış açımız, çevrecilik ve sürdürülebilir tasarruf ilkelerini öne çıkarırken, küresel salgınla birlikte ortaya çıkan "yeni normal"in gereklerini öncelik haline getiriyor.

Ana amaçlarımız:

Şirketlerimizin gerçekleştirdiği etkinliklerin ve etkinliklerle bağlantılı iletişim faaliyetlerinin Topluluğumuzun vizyonu, stratejisi ve iletişim diliyle uyum içinde olmasını sağlamak. Bu süreçlerde Topluluk değerlerimize ve hassasiyetlerimize öncelik vermek.

Topluluğumuzun marka değerini ve itibarını koruyan, güçlendiren ve prensiplerimizle uyumlu işler hayata geçirmek.

Yeniliklere açık, iyi örneklerden yararlanmayı bilen, yaratıcılığı deneyimle harmanlayan, dengeli ve başarılı etkinlikler yaratmak.

Sıfır Bazlı Bütçe yaklaşımından hareketle kaynakları en verimli şekilde kullanmak.

Planlama aşamasından başlayarak dijital, çevre dostu ve sürdürülebilir alternatiflere öncelik tanımak, bu kapsamda ISO 20121 standartlarını benimsemek.

Kurum kültürümüzde var olan detaycılığı ve inceliği tüm iletişim projelerinde ve etkinliğin her adımında hissettirmek.

Koç Topluluğu Sürdürülebilirlik Rehberi kapsamında hareket ederek, paydaş yönetimi ve iyi uygulama kriterlerini dikkate almak. (bkz. [EK-1](#))

Paydaş ilişkilerini geliştirerek Topluluk ve kurum içi birlikteliğimizi güçlendirmek; kolektif, fikir birliğine dayalı, sorunsuz ilerleyen etkinlik süreçleri oluşturmak.

Dikkatli ve önleyici adımlarla, sorunların önünü almak üzere, kapsamlı iş planları yapmak.

Detaylı planlamaya rağmen oluşabilecek sorunlarda hızlı ve koordineli bir şekilde hareket etmek, tutarlı bir kriz yönetimi izlemek.

Bölüm 1

VERİMLİLİK VE ÇEVRE ODAKLI YAKLAŞIM

- 1.1 Çevre Odaklı Yaklaşım
- 1.2 Verimli Kaynak Kullanımı
- 1.3 Sıfır Bazlı Bütçeleme
- 1.4 İş Sağlığı ve Güvenliği
- 1.5 ISO 20121 Standardı



***"Sorunun parçası olmak yerine
çözümün parçası olun."***

/ Stephen Covey

Bölüm 1

1.1 ÇEVRE ODAKLI YAKLAŞIM



11



COVID-19 salgını hepimizin gözünü, dünyanın gidişatına çevirmesine vesile oldu. Oysa zaten, uzun zamandır dünyamız çevresel risklerle ve kaynak sıkıntısıyla baş etmeye çalışıyor. Bilim insanları çoktandır, iklim krizinin olası sonuçlarının altını çiziyor. Yaşadığımız salgının, doğa ve biyolojik çeşitliliğe verdiğimiz zararın sonuçlarıyla ilişkili olduğunu savunan önemli bilimsel çalışmalar yayımlanıyor.

Özetle her şey bizi dünyamızın geleceği konusunda her zamankinden daha sorumlu davranmaya çağırıyor. Önümüzdeki toparlanma sürecini bir fırsat olarak görmeli, bu fırsatı toplumları, şirketleri ve ekonomileri daha güçlü, dayanıklı ve kapsayıcı hâle getirmek için kullanmalıyız.

Tam da bu noktada "yeşil etkinlik" kavramı devreye giriyor. Etkinliklerimiz, davetiye tasarımıdan catering'e pek çok başlıkta bize dünyanın geleceğine katkı yapma şansı sunuyor. Alışkanlıklarımızın dışına çıkarak yapacağımız tasarımlar, üreteceğimiz fikirler ve gerçekleştireceğimiz organizasyonlar Topluluğumuzun olduğu kadar çocuklarımızın geleceği için de kıymetli. Sadece tek kullanımlık plastik tüketimine son vererek yaratabileceğimiz katma değer bile tahmin edebileceğinizden çok daha fazla.

Bütün bu nedenlerle, etkinlik konseptinizi çevresel etkiler kapsamında gözden geçirmeli, mümkün olan her durumda, tavsiye edilen uygulamaların yanı sıra opsiyonel uygulamalara yer vermelisiniz.



12



Tavsiye Edilen Uygulama

Etkinliklerde tek kullanımlık plastik ürünler yerine tekrar kullanıma uygun, yenilikçi alternatiflere yönelinmelidir.

Vinil kullanımı yerine, kâğıt, tahta kullanımı ya da çoklu kullanımlı malzemeler seçilmelidir.

Gereksiz malzeme ve kaynak kullanımından kaçınılmalıdır.

Etkinliklerde belirli konumlarda, atıkların atılacağı, mevzuata ve gerekliliklere uygun, atık türüne uygun, atık konteynerleri bulundurulmalıdır.

Opsiyonel Uygulama

Etkinlikleri karbon nötr (sıfır karbonlu) olarak düzenlemek (PAS 2060 standardına göre), etkinliğin doğaya olumsuz etkisini ortadan kaldırır. Ayrıca farklılık unsuru oluşturur.

Davetiye dağıtılmamalı, yerine e-davetiye kullanılmalıdır.

Etkinlik bölgesi, ulaşım ve konum şartları doğrultusunda seçilmelidir.

Etkinlik alanına katılımcıların toplu ulaşımı (araçlara çoklu binişler, servis/otobüs kullanımı vb.) organize edilmelidir.

- **Etkinlik** alanında tek kullanımlık plastik malzemelerden (pet şişe su, plastik bardak, plastik tabak vb.) uzak durmalısınız.

***Çevre odaklı,
başarılı
uygulamalarınızı
iletişim
çalışmalarınıza
taşıyarak
avantaja
dönüştürün.***

- **Geri** dönüştürülebilir tüm atıkların, geri dönüşüme yönlendirildiğinden ve diğer atıkların uygun bertaraf yöntemi ile elden çıkarıldığından emin olmalısınız. Bu amaçla, etkinlik alanında, atık ayrıştırmasına uygun araçları ve malzemeleri kullanırmalısınız.

- **Etkinliklerinizi** mümkün olduğunca sıfır atık içerikli olarak planlamalısınız. Kullandığınız hemen hemen her şeyin geri dönüşüme uygun ve/veya tekrar kullanılabilir olmasına özen göstermelisiniz.

- **Etkinlik** süresince ve sonrasında, kullandığınız tüm atık poşetlerinin biyo-bozunur olmasına dikkat etmelisiniz.

■ **Etkinliklerinizde** geri dönüşüm atık üniteleri (plastik, cam ve kâğıt atık kutuları) oluşturmalsınız. Kutuların temini için Zer üzerinden satın alma yapılabilir, aynı zamanda, şirketlerinizin çevre ekiplerinden destek alabilirsiniz.

■ **Etkinlik** sırasında dağıtılan plastik şişeli sular yerine belirli noktalarda cam damacanalı sebiller, sürahiler, cam bardak veya cam şişeler bulundurmalsınız.

■ **Katılımcılarınızın** etkinlik için yapacakları seyahatleri planlarken, mümkünse düşük karbonlu seçenekleri (uçak ve kara seyahatleri yerine, tren ve deniz yollarını) tercih etmelisiniz. Katılımcıların seyahatlerini kendilerinin planladıkları durumlarda, düşük emisyonlu seçenekleri kullanmaları konusunda onları bilgilendirmeli ve teşvik etmelisiniz.

■ **Etkinlik** kapsamında konaklama yapılacak ise, su, enerji ve kimyasal kullanımını azaltmak adına, konaklama süresince tekstil ürünlerinin (havlu, nevresim vb.) değiştirilmesini talep etmemeleri konusunda katılımcılarınızı bilgilendirmelisiniz.

■ **Her** zaman, maliyeti düşürücü, karbon emisyonunu azaltıcı ve atık yönetimini daha verimli kılacak çözümler aramalısınız.

■ **Etkinliklerinizi**, doğaya karşı olası olumsuz etkileri hesaplayarak karbon nötr (sıfır karbonlu) olarak düzenlemek (PAS 2060 standardına göre) tavsiye edilmektedir.

■ **Görünürlüğü** artırmak ve motive etmek amacıyla, etkinlik sonrasında, hem katılımcılarınıza hem de şirketinizdeki çalışma arkadaşlarınıza, geri dönüşüm oranları ve etkinliğin karbon ayak izi hakkında bilgi vermelisiniz. Normal bir etkinlik ile sizin yaptığınız etkinlik arasındaki farkı ortaya koyarak onları da çevrenin korunması çalışmalarına motive etmelisiniz.

■ **Davetiye**, broşür ve bloknot gibi uygulamaların gerekliliğini sorgulamalı, basılı kalemler yerine mümkün olduğunca dijital uygulamaları tercih etmelisiniz. Basılması zaruri ise sayıları düşürerek, talep edenlerin görebileceği ortak alanlarda dağıtılmalarını sağlamalısınız.

- **Özellikle** fotoğraf çekimlerinde basılı fotoğrafa sınırlama getirmelisiniz.

İYİ ÖRNEK

**ÜDYT'de
kullanılan yaka
kartları, bir
sonraki
etkinliklerde de
kullanılabilecek
formatta
tasarlanmıştır.**

- **Yaka** kartı zaruri ise sonraki etkinliklerde de kullanabileceğiniz tasarımları seçmelisiniz. Alternatif olarak, etkinlik alanına, katılımcıların kendi kartlarını basabileceği, QR kod ile çalışan kiosklar kurabilirsiniz.

- **Hediye** ve promosyon ürünlerinin gerekliliğini gözden geçirmeli, eğer zaruri ise sayılar konusunda iyi planlama yapmalısınız. Bu noktada toplumsal ihtiyaçlar ve sosyal sorumluluk çerçevesini mutlaka göz önünde tutmalısınız. TEV'in Korona Kahramanlarına Vefa Fonu, TEMA Vakfı Fidan Bağışı ve Anadolu Okuyor Projesi gibi iş birliklerine öncelik vermelisiniz. Toplumsal Cinsiyet Eşitliği bakışıyla, kadınlarımızı destekleyen projelere destek sunmalısınız.

- **Yemek** ve ikram konusunda karar verirken, üretiminde ve hazırlanışında karbon salınımı az olan alternatiflere öncelik vermelisiniz. Gereğinden fazla çeşit ve porsiyon siparişinden uzak durmalısınız. Etkinlik için yiyecek hazırlığı sırasında çıkan organik atıkların kompost tesisine gönderilmesini sağlamalı ve barınaklarda değerlendirilmesine öncülük etmelisiniz.

- **Uygulamanın** başka kişi ve kuruluşlara esin vermesi için, iyi örneklerle iletişimde yer vermelisiniz.

- **Şirketinizin** kamuoyuna yönelik mesajlarında, sosyal mesafeye dikkatin, çevre ve sürdürülebilirlik konularındaki faaliyetlerinizin altını çizmelisiniz.

- **Etkinlik** için anlaştığınız ajans ve firmalar için bilgilendirme toplantıları düzenlemelisiniz. Etkinlik kapsamında yapacakları her iş ve kullanacakları her alan için mümkün olan her durumda, sürdürülebilir ve çevre dostu alternatiflere yönelmelerini beklediğinizi belirtmelisiniz. Çevreci ve sürdürülebilir yaklaşım zorunluluğu gibi beklentilerinizi anlaşma metnine de eklemeli, konunun öneminin altını sık sık çizmelisiniz.

- **Yiyecek** sunumlarında, yiyeceklerin isminin yazdığı etiketlere, yiyeceğin, su ve karbon ayak izinin sayısal değerini de yazdırabilirsiniz.

Mönüde et kullanımını azaltmak, etkinliğinizin karbon ayak izini ve sera gazı salınımını düşürür!

Bölüm 1

1.2 VERİMLİ KAYNAK KULLANIMI



19



Bilimsel ilerleme, tıp alanındaki olağanüstü gelişmeler, ekonomideki atılımlar yaşam standardımızı yükseltirken kaynak sıkıntısına da davetiye çıkarıyor. Nitekim, tüketimimiz artıyor ancak dünyanın sahip olduğu kaynaklar aynı kalıyor, hatta gittikçe azalıyor. İşte bu yalın gerçek hepimizi elimizdeki kaynakları daha verimli bir şekilde değerlendirmenin yollarını düşünmeye zorluyor.

Verimli kaynak kullanımı felsefesi basit olarak, elimizdeki kaynakları farklı bir bakış açısıyla yeniden değerlendirmenin yolunu açıyor. Alışkanlıklarımızı ve genel kabul görmüş doğruları bir an için bir kenara koymanızı ve elinizdeki kaynağı başka bir yerde ya da şekilde kullanacak olsanız ortaya ne gibi seçenekler çıkacağını düşünmenizi öneriyor.

Verimli kaynak kullanımı felsefesini iş modelinize entegre ettiğinizde, daha önce hiç düşünülmemiş fikirlere kapı aralıyorsunuz. Elinizdeki kaynağın en verimli ve en doğru yerde kullanıldığından emin olduğunuzda, sadece projenizin başarısına değil, dünyamızın geleceğine de katkı yapmış oluyorsunuz.

Etkinlikler bu açıdan pek çok fırsat barındırmaktadır. Bu fırsatları listeleyecek olursak:



■ **Projelerinizi** hayata geçirirken, mevcut alışkanlıklarınızı kontrol ederek daha önemli fırsatlar olup olmadığını değerlendirmelisiniz.

■ **Devam** etmesine karar verdiğiniz işlerin tasarım, üretim ve insan kaynağı kullanımı gibi detaylarını verimlilik açısından tekrar tekrar gözden geçirmelisiniz.

■ **Etkinlik** tarihi belirlerken mutlaka ortak takvimden yararlanmalısınız. Ortak takvim size hem diğer şirketlerimizle sinerji yaratmak hem de aynı etkinlik mekanlarını, sahne dekorunu, ses, ışık, teknik ve süslemeyi kullanma avantajı sağlayabilir. Bu noktada ortak ajans kullanımına da gidebilirsiniz.

■ **Tüm** etkinliklerinizde önemli bir maliyet unsuru olan dekor, çiçek ve benzeri süslemelerde abartılı uygulamalardan kaçınmalısınız.

***Tüketim, atık ve israf yerine
"verimlilik, geri dönüşüm ve tasarruf!"***

■ Kullandığınız

malzemelerin farklı projelerde değerlendirilebilecek şekilde, çok kullanımlı ürünler olmasına özen göstermelisiniz. Böylelikle hem sürdürülebilirlik anlamında katma değer elde eder, hem de maliyet avantajları sayesinde, projenize katacağınız farklı iş kalemlerinde, fazladan kaynak sahibi olabilirsiniz.

■ **Fuar** stantlarınızı sonraki fuarlarda veya benzeri işlerde tekrar kullanılabilir tasarımlardan ve malzemelerden seçmelisiniz.

■ **İkram** ve diğer üretim konularında kendi kurumlarımızın bulunmadığı lokasyonlarda yerel kaynakları gözetmeye özen göstermelisiniz. İkramda bolluktan ziyade özgünlüğe önem vermelisiniz.

■ Mutlaka LCV

almalısınız. Özellikle online LCV sistemini kullanarak, hem organizasyonunuzun bütçesinde hem de etkinliğin tüm detaylarında önemli avantajlar sağlayabilirsiniz.



22



■ **Ulaşım**, transfer ve konaklamalarınızda planlamaları önceden yapmalı, maliyet avantajlarını gözetmelisiniz.

■ **Host** ve hostes sayısını planlarken gereğinden fazla personel bulundurmamaya özen göstermelisiniz. Etkinliğinizin ihtiyaçlarını gözden geçirerek sayılarda değişiklik ihtimaline dikkat etmelisiniz.

■ **Etkinliklerinizde** sanatçı ve sunucu gerekliliklerini de kaynak kullanımı açısından gözden geçirmelisiniz.

■ **Etkinliğin** tüm maliyetini listelemeli ve geçmiş bütçeler ile kıyaslamalısınız.

- **Bütçenizi** planlarken mutlaka öngörülemeyen gider kalemlerini eklemelisiniz.

- **Nakit** akışını yönetirken ihtiyaçlarınızı dikkatlice önceliklendirmelisiniz.

- **Planlanan** bütçe ile gerçekleşen bütçe arasındaki farkları belirleyerek, sonraki etkinlikler için notlar tutmalısınız.

- **Hem** kendi şirketinizin hem de Topluluk şirketlerimizin geçmiş etkinliklerini izlemeli, Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü'nün KoçHub sayfasındaki vaka analizlerini incelemeli, maliyette ve akışta sağlayabileceğiniz faydaları değerlendirmelisiniz.

- **Ajanlarınızın**, Sıfır Bazlı Bütçeleme anlayışını benimsemelerini, yeni fikirler getirirken bu konuyu göz önünde bulundurmalarını sağlamalısınız.

İYİ ÖRNEK

Etkinlik tarihimizi başka bir etkinliğe yaklaştırarak mekan kiralama maliyetini düşürdük.

^
25
v

Bölüm 1

1.3 SIFIR BAZLI BÜTÇELEME



Veriye dayalı karar almayı teşvik eden Sıfır Bazlı Bütçeleme yaklaşımı, harcamalarımızı farklı bakış açılarından tekrar değerlendirmemizi sağlar. Tek seferlik masraf azaltma yerine çok daha geniş bir pencereden, kaynakları daha verimli kullanmanın sürdürülebilir yolunu sunar.

■ **Harcamaları**

bütçelendirirken (geçmiş yıllara ya da enflasyon oranı gibi ölçütlere odaklanmadan) sıfırdan ele almalı, kalemleri yeniden tanımlamalı, tüm alt bileşenleriyle birlikte detaylandırmalı ve şeffaflığa özen göstermelisiniz. Bütçe çalışmalarındaki bu detay sayesinde ortaya yeni sorular çıkacak ve bu sorular beraberinde sizlere yeni verimlilik fırsatları getirecek.

■ **Bütçeleri** hazırlarken, şirket içerisinde farklı disiplinlerden seçilen Harcama Kategorisi Sahiplerini de sürece dahil etmelisiniz. Her harcamaya iki farklı gözün bakmasını mümkün kılan bu yaklaşım, farklı bakış açılarının ortaya çıkmasına ve böylece hem önceliklerin daha doğru belirlenmesine hem de daha sağlıklı tercihler yapılmasına olanak sağlar.

■ **Bu** süreçte Harcama Kategorisi Sahiplerinizin fikirlerine olumsuz eleştiri yapmaktan kaçınmalısınız. Herkesi teşvik etmeli, yeni fikirleri cesaret ve açık yüreklilikle karşılamaya çalışmalısınız. Zira, ortaya çıkan her fikir, sonraki fikirleri cesaretlendirmesi ve diğer fikirler ile birlikte yaratacağı bütünsel etki açısından çok kıymetli olabilir.

Bölüm 1

1.4 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ



27



Koç Topluluğu insanı ve doğayı koruyan bir felsefe ile çalışmaktadır. Bu felsefeyle hazırlanan İş Sağlığı, Güvenliği (İSG) ve Çevre politikası ve ilgili mevzuat, Topluluğumuz açısından öncelik arz etmektedir.

Bu çalışma prensipleri sadece çalışma arkadaşlarımızın değil, yüklenicilerimizin ve ziyaretçilerimizin de güvenliğini sağlamamızı zorunlu kılar. Bu nedenle, etkinliklerde de İSG önlemlerinin en üst düzeyde uygulanması önemlidir.

Etkinlik faaliyetleri için çalışacak yüklenicilerin seçimi, yükleniciler ile yapılacak sözleşmeler, etkinlik hazırlıkları sırasındaki faaliyetler, etkinlik süresince konukların sağlığı ve güvenliği ve etkinlik sonrasında alan terk edilmeden önce yapılacak çalışmaların tümü İSG ve Çevre prensiplerimiz ve ilgili standartlarımız ile uyumlu yürütülmelidir. Bu sebeple, tüm safhalarda, özellikle de planlama aşamasında, etkinliği İSG açısından değerlendirmeli, Koç Topluluğu standartlarına uygun yükleniciler ile çalışmalı ve uygulamaların bağımsız İSG uzmanları tarafından kontrolünü sağlamalısınız.

İSG ve Çevre prensipleri ve ilgili standartlar hakkında sorularınız olduğu takdirde Koç Holding İSG ve Çevre Birimi ile iletişime geçebilirsiniz.

Etkinlik hazırlıklarınızın İSG yönünden değerlendirilmesi, varsa eksikliklerin tespiti ve yönetilmesi için Koç Holding İSG ve Çevre Birimi tarafından hazırlanan kontrol listesinden yararlanabilirsiniz. (bkz. [EK-2](#))



28



1.4 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ

^
29
v

Bölüm 1

1.5 ISO 20121 STANDARDI



ISO 20121, etkinliklerin, su tüketimi, atık üretimi, enerji tüketimi ve biyolojik çeşitliliğin yanı sıra istihdam ve tedarikçi seçimi gibi konular bağlamında çevreyi ve ekonomiyi etkilediği gerçeğinden yola çıkan, uluslararası bir standarttır.

ISO 20121 etkinlik yönetim sistemi içerisinde, yöneticiler ve tedarik zinciri (hazır yemek servisi, lojistik servis hizmetleri vb.) dahil olmak üzere, etkinliği oluşturan tüm birimler kontrol edilir, değerlendirilir ve etkileri raporlanır.

Etkinliklerinizde ISO 20121 standardını gündeme alarak, uygulama konusunda çözüm ve öneriler geliştirmeyi hedeflemelisiniz. Bu nedenle, süreç yönetiminde aşağıdaki konuları dikkate almalısınız:

Genel malzeme tüketimi

Yiyeceklerin sunulduğu ve servis edildiği araçlar ve malzemeler

Atık üretimi

Enerji tasarrufu

Gıda ve su israfı

Konaklama, ulaşım ve nakliye optimizasyonu



ISO 20121 konusunda detaylı bilgi için tıklayın.



1.5 ISO 20121 STANDARDI

Bölüm 2

ETKİNLİK YÖNETİMİ: GENEL YAKLAŞIM

2.1 Konumlandırma

2.2 Etkinlik Tipi

2.3 Hedef Kitle

2.4 Stratejik Mesaj

2.5 Etkin Bir İletişim İçin

2.6 Takvim Yönetimi

2.7 Etkinlik Kriz Yönetimi

2.8 İtibar Riskleri

2.9 Operasyonel Riskler

2.10 Doğal Afet Riski

2.11 Medyaya Açık Etkinlikler

2.12 Protokol Yönetimi

2.13 Holding İle Koordinasyon

2.14 Şirket İçi Koordinasyon

2.15 Hukuk Koordinasyon Listesi



31



***"Plansız hedefler, iyi dilekler olarak
kalmaya mahkumdur."***

/ Antoine de Saint-Exupéry

^
33
v

Bölüm 2

2.1 KONUMLANDIRMA



Her etkinlik aynı zamanda bir iletişim projesidir. İletişimin ilk yapı taşı "konumlandırma" oluşturur, tüm kurgu bu ögenin etrafında şekillenir. Tam da bu nedenle, etkinlik planlamasına konumlandırmadan başlamalısınız. Böylece tüm etkinlik kurgusu da ortaya çıkacaktır. Aşağıdaki soruların cevapları, etkinliğinizin konumlandırma cümlesini belirlemenizi sağlayacaktır.

Unutmayın ki, her itibar yönetimi projesi markanızın pazarlama faaliyetlerine katkı sağlar. Doğru süreçlendirilmiş her pazarlama faaliyeti de marka itibarına katkı sunar.

Etkinliğiniz bir pazarlama faaliyeti mi yoksa satış odaklı mı?

Eğitim amaçlı mı yoksa bilgilendirmeyi mi hedefliyor?

Bir kutlama mı yapıyorsunuz yoksa bir anma faaliyeti mi?

Hedef kitlenizde kimler var?

Sosyal sorumluluk boyutu taşıyor mu?

Kriz yönetimi mi gerçekleştiriyorsunuz?

Ana perspektifi kurumsal itibar mı oluşturuyor?



34



2.1 KONUMLANDIRMA

Bölüm 2

2.2 ETKİNLİK TİPİ



Gerçekleştirmek istediğiniz etkinliğin tipi, planlama açısından hayati önem taşır. Etkinliğin tipi konumlandırmadan uygulamaya, bütçeden tedarige kadar her başlıkta köklü değişikliklere sebep olur. Bu nedenle aşağıda listelenen etkinlik tiplerinden hangisinin iletişim hedeflerinize uygun düşeceğine baştan karar vermelisiniz.

Lansman

Açılış

Kuruluş Yıl Dönümü Kutlaması

Kültür/Sanat Etkinliği

Gala/Davet

Basın Toplantısı

Yarışma

Ödül Töreni

Eğitim/Yönetici Toplantısı

Online Etkinlik (Konferans, Toplantı, Eğitim vb.)

Genel Tanıtım Aktivasyonları

rn Deneme Aktivasyonları (Test Sürüşü vb.)

Satış/Pazarlama Kampanyası Aktivasyonları

Piknik/Turnuva/Kamp

Bayi/Yetkili Servis/Acente Toplantısı

Yurt Dışına Kurumsal Gezi

Festival

Fuar

Roadshow

Etkinlik Sponsorluğu



2.2 ETKİNLİK TİPİ

Bölüm 2

2.3 HEDEF KİTLE



Hedef kitlenizi iyi tanımanız, ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını ve tolerans noktalarını net bir şekilde tanımlamanız, etkinliğinizin başarısında önemli rol oynar. "Yüzde 70 erkek, geleneksel profil" gibi tarifler etkinlik içeriğinin yaratılmasında faydalıdır. Hedef kitle tarifi, etkinliğin tarzını, çapını ve medya boyutunu doğru şekilde belirlemenizi de sağlayacaktır. Bunun için aşağıdaki sorulara net cevaplar vermeye çalışmalısınız:

Kime hitap etmek, kimi etkilemek istiyorsunuz?

Hedef kitlenizin özellikleri neler?

Etkinliğiniz müşterinize doğrudan ulaşacak ya da mesaj verecek mi?

Ağırlayacağınız topluluğun iç dinamikleri neler?

Geçmiş etkinliklerden kalma alışkanlıklar ve beklentiler neler olabilir?

Hedef kitleniz küresel salgın açısından riskli grupta mı?

Fiziksel olarak bir araya gelinmesi zorunlu mu yoksa online etkinlik yapılabilir mi?

Organizasyon medyaya açık mı?

Organizasyonda Devlet Protokolü var mı?



38



2.3 HEDEF KİTLE

Bölüm 2

2.4 STRATEJİK MESAJ



Etkinliğinizin ana mesajı iletişim stratejinize hizmet etmelidir. Etkinliğin her adımında, hedef kitlenize temas ettiğiniz her anda, stratejik mesajınız hissedilmeli, yaratıcı fikirler ve uygulamalar mesajı taşıyacak nitelikte olmalıdır.

Öncelikle etkinliğinizin temel amacını (üst yönetim değişikliği, toplumsal gündem, kriz yönetimi, yeni strateji paylaşımı, dijital dönüşüm vb.) tarif etmelisiniz. Bu konu stratejiyi belirlemede kilit rol oynar.

Projenizin yaratacağı değere ve ne kadar sürdürülebilir olduğuna odaklanmalı, bakış açınızı geniş tutmalısınız.

Vermek istediğiniz mesaj nedir? Bu mesaj hangi ihtiyaç sebebiyle ortaya çıkmıştır? Birden çok mesajınız var ise mesajlarınızı önceliklendirilmelisiniz.

Hedef kitlenize deneyimletmek istediğiniz duygu nedir? Ne söylemek, nasıl algılanmak istiyorsunuz? Bu sorulara vereceğiniz cevaplar tüm etkinlik planınızı etkileyecektir.

Çizginizi baştan belirlemelisiniz. Hedef kitlenize bu mesajı ve duyguyu iletmek için en etkin yol ne olurdu?

Vardığınız sonucun kuruluşunuzun genel iletişim stratejisi ve mesajlarıyla uyumlu olup olmadığını kontrol etmelisiniz.

Etkinlik KPI'larınızı en baştan belirlemelisiniz. KPI'larınızın, gerçekçi ve ölçülebilir olmasına dikkat etmelisiniz.



2.4 STRATEJİK MESAJ

^
41
v

Bölüm 2

2.5 ETKİN BİR İLETİŞİM İÇİN



Fikir aşamasından başlayarak, planlama, bütçelendirme, operasyon ve raporlama benzeri tüm etkinlik adımlarının stratejik esaslara uygun olarak yürütülmesi, Etkinlik Yönetimini tanımlar. Yapacağınız etkinliği geniş bir perspektiften değerlendirmeli ve 360 derece iletişimin gücünden yararlanmalısınız.

■ **Projenizin** içeriğinin toplumsal bir mesaj, kültürel bir değer ve/veya liderlik duruşu barındırıp barındırmadığına bakmalısınız.

■ **Projenizin** dönemsel ve coğrafi olarak gündemle ilişkisini göz önünde bulundurmalı ve maksimum toplumsal fayda hedeflemelisiniz.

■ **Projenizin** iç ve dış paydaşlarının beklenti ve taleplerini etkinlik tasarımı, uygulama ve değerlendirme aşamalarında dikkate almalısınız.



42



2.5 ETKİN BİR İLETİŞİM İÇİN



■ **Projenizin** başka bir alan ya da başka bir projeyle bağlantısı varsa ortak dengelere dikkat göstermelisiniz.

■ **Projenizin** çevreye ve topluma yansımalarını öngörebilmeli, oluşabilecek tepkilere karşı gerekli önlemleri önceden almalısınız.

■ **Projeniz** birden çok marka ile birlikte anılmak durumunda ise kendi markanızı ayrıştıracak strateji ve çözümleri hayata geçirmelisiniz. Bu amaçla Koç Holding Marka ve Sponsorluklar Koordinatörlüğü'nden destek alabilirsiniz.

■ **Projenizin** bir benzerinin ya da rakibinin olup olmadığını araştırmalı, özgünlüğünden emin olmalısınız.

■ **Markayla** müşteri deneyiminin uyumunu tüm etkinlik sürecinde ön planda tutmalısınız. Bu konuda Koç Holding Marka ve Sponsorluklar Koordinatörlüğü'nden destek alabilirsiniz.

■ **Bütün** bu konular projenizin "5N1K"sını değiştiriyor mu? Yanıtınız "Evet" ise, yeniden bir değerlendirme yapmalısınız.

■ **Etkinliğinizin** iletişim planını hazırlarken, mutlaka dijital medyanın olanaklarından yararlanmalısınız.

■ **Projenizin** nasıl bir değer yaratacağını önceden belirlemeli, sürdürülebilir olmasına önem vermelisiniz.

Bölüm 2

2.6 TAKVİM YÖNETİMİ



Etkinlik tarihinizi belirlerken, başka bir Koç Topluluğu şirketinin organizasyonu ile çakışıp çakışmadığından emin olmalısınız. Bunun için, etkinlik tarihini belirlerken, Koç Holding Ortak Takvimi'ni kontrol etmelisiniz. (bkz. [EK-3](#))

Koç Ailesi üyelerinin ve Holding Yönetimi'nin ajanda kontrolünün ve uyumlu gün tespitinin yapılabilmesi için mutlaka Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü ile görüşmelisiniz.

Etkinlik takviminizi belirlerken dikkat edeceğiniz diğer hususlar şunlardır:

Resmî tatiller, dini günler ve özel günlerin kontrolü

Okulların tatil ve sınav günlerinin kontrolü

Ulusal gündem ve siyasi atmosferin kontrolü

Bölgesel etkinliklerde ilgili coğrafyanın yerel gündem kontrolü

Varsa Devlet Protokolü'nün ajandasının kontrolü



Bölüm 2

2.7 ETKİNLİK KRİZ YÖNETİMİ



Her etkinlikte birçok alt kalem bulunduğu için her detay aynı zamanda kriz potansiyeli barındırır. Kriz ihtimaline karşı en iyi hazırlık, olası senaryoları öngörmek ve çözüm önerilerini listelemektir.

Etkinliğinizi planlamadan önce, organizasyonun özellikleri, mevcut gündem, katılımcı profili, üçüncü parti ilişkileri gibi konuları değerlendirerek bir kriz planı (etkinliğin konseptine ve teknik yapısına göre değişiklik gösterebilir) hazırlamalısınız.

Planın en önemli içeriği, kriz anında inisiyatif almakla sorumlu olacak kişilerin önceden belirlenmesi ve iletişim bilgilerinin doğru kişilerle paylaşılmasıdır. Etkinliğin düzenleneceği mekanla koordinasyon da planın bir başka önemli parçasıdır.

Kriz anında üst yönetimin bilgilendirilmesi ve onay süreçleri için bir karar akış tablosu hazırlamanız da son derece faydalı olacaktır.



2.7 ETKİNLİK KRİZ YÖNETİMİ

Bölüm 2

2.8 İTİBAR RİSKLERİ



Organizasyonların başlangıcından bitimine kadarki süreçte ortaya çıkabilecek risklerin önceden detaylarıyla tanımlanıp değerlendirilmesi projenizin başarısında önemli faktörlerden biridir. Tam da bu nedenle kriz yönetimi yaparken her adımda, itibar riski açısından değerlendirme yapmak gerekir.

■ **Etkinlik** öncesi ve esnasında, siyasi atmosferi ve ülke gündemini yakından takip etmelisiniz.

■ **Topluluk**, sektör ve rakiplerinizin gündemini yakından izlemelisiniz.

■ **İş birliği** yaptığınız kişi, kurum, paydaş ve STK gibi kuruluşların geçmiş araştırmasını özenle yapmalısınız.



2.8 İTİBAR RİSKLERİ



■ **Yüz** yüze bir etkinlik yapacaksanız, mekan seçiminde, mekanın geçmişine, negatif veya pozitif algısına dikkat etmelisiniz.

■ **Online** bir mecrada etkinlik yapacaksanız, kullanacağınız platformun kişisel verileri saklayıp saklamadığını, güvelik ihlali olup olmadığını önceden araştırmalı, Bilgi Teknolojileri Departmanı'nın yönlendirmesine başvurmalısınız.

■ **Sahneye** yansıyacak içerik ve söylemlerde ayrıştırıcı, toplumsal uzlaşya ters bir dil ve üslup kullanılmamasına özellikle dikkat etmelisiniz.

■ **Sahnede** veya dijital platformda yer alacak, sunucu, sanatçı, konuşmacı, performans sanatçısı gibi ön plandaki kişilerin ayrımcı bir dile sahip olmadığından mutlaka emin olmalısınız.



51



■ **Tüm** konuşma metinlerini kontrol etmeli, mutlaka önceden gözden geçirmelisiniz.

■ **Medyaya** açık etkinlikler için, gündem, sektör ve kurumunuzla ilgili olası soru ve cevapların hazırlandığından emin olmalısınız.

■ **Yine** medyaya açık etkinliklerde, kurum sözcüsü dışındaki şirket çalışanlarının, basın mensuplarına beyanatta bulunmaması için özel önlem almalı, önceden uyarılarda bulunmalısınız. Tüm görevlilerle, medya ilişkileri sorumlusunun iletişim bilgilerini paylaşmalısınız.

■ **Toplantı** programlamasının her aşamasında toplumsal cinsiyet eşitliğine uygun hareket edilmesini sağlamalısınız. Bu konuda, Koç Topluluğu İletişimde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Rehberi'nden yararlanabilirsiniz. (bkz. [EK-4](#))

■ **Salgın** açısından, etkinlik çalışanları ve konuklar için herhangi bir risk bulunmadığından emin olmalısınız.

^
53
v

Bölüm 2

2.9 OPERASYONEL RİSKLER



Etkinlik sırasında yaşanan operasyonel aksaklıkların yaygın sebeplerinden birisi yeterli hazırlık süresinin olmaması ya da içeriklerin zamanında teslim edilememesidir. Bundan kaçınmak için:

■ **Geçmiş** etkinliklerin değerlendirme notlarını gözden geçirmelisiniz. Aksaklık yaratan süreçleri önceden listelemeli ve çözümlerini hazırlamalısınız.

■ **Akışı** planlarken, içeriğe kattığınız her bir ögenin programın bütününe etkisini değerlendirmeli, akışı zorlaştıracak ya da riske sokacak detaylardan kaçınmalısınız.

■ **Gerekli** olmadıkça akışta değişiklik yapmamalı, planlanmayan aksaklıkların olabileceğini göz önünde bulundurarak ana programa sadık kalmalısınız.

■ **İş** süreçleri için de benzeri risk ve çözüm senaryoları hazırlamalısınız. Bu senaryoları etkinlik öncesinde yazılı olarak tüm ekiplerle paylaşmalısınız.

■ **Etkinlikle** ilgili risk barındıran durumlarda karar mekanizmasının nasıl işleyeceğini ve sorumlu kişilerin listesini mutlaka belirlemeli, önceden görev dağılımı yapmalısınız.

■ **Aynı** anda ya da peş peşe gerçekleşecek organizasyonlarda, görev dağılımı ve eş zamanlı nitelikli personel ihtiyacını da mutlaka hesaba katmalısınız.

■ **Özellikle** açık hava etkinliklerinde, küresel ısınma sonucu daha sık karşılaşılan etkili yağışlar ve benzeri iklim koşulları için önlemlerinizi almalısınız.

■ **Uzun** süreli toplantılarda, özellikle de tam gün süren sahne akışı söz konusuysa, sunduğunuz içerikleri, konuklarınızın konsantrasyonu üzerinden de değerlendirmeli ve molaları bu anlayışla organize etmelisiniz.

■ **Etkinlik** online olacaksa, dijital kurulumu, internet alt yapısını ve bağlantılarını önceden kontrol etmeli, mutlaka provasını gerçekleştirmelisiniz.

■ **İnternet** bağlantısının kopması ihtimaline karşı, katılımcılara taşınabilir internet cihazı sağlamayı düşünebilirsiniz.

Bölüm 2

2.10 DOĞAL AFET RİSKİ



Mücbir sebep kapsamına giren her türlü doğal afet durumunda, toplumsal sorumluluğumuz ve kurumsal itibarımız açısından atılacak ilk adım, hiç vakit kaybetmeden etkinliği "iptal" etmektir.

Akabinde, yine vakit kaybetmeden, Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü ile temasa geçilerek yönlendirme beklenmelidir. Medyaya yapılacak her açıklama öncesinde, ilgili bölümle görüşülmelidir.

Olası bir doğal afet ve ulusal yas ilan edilmesi durumunda, alınacak önlemler ve toplumsal sorumluluğumuz gereği atacağımız tüm adımlar Holding'in kararlarıyla tutarlı olmalıdır.

Ayrıca ülkemiz dünyanın en önemli deprem kuşaklarından birisinin üzerinde bulunmaktadır. Başta büyük şehirlerimiz olmak üzere pek çok bölgemiz sürekli deprem tehdidi altındadır. Etkinliklerimizi planlarken bu hassas durumu göz önünde bulundurmamız, etkinliğin coğrafi konumuna özel önem vermemiz şarttır.



^
59
v

Bölüm 2

2.11 MEDYAYA AÇIK ETKİNLİKLER



Dış iletişimi
gerçekleştirecek,
Koç Ailesi, Koç
Holding Üst Düzey
Yönetici ve
Protokol katılımı
olan etkinliklerin
öncesinde, Koç
Holding Medya
İlişkileri Müdürlüğü
ile irtibata geçmeli
ve koordineli
çalışmalısınız.

■ **Yeterli** hazırlık süresine
sahip olabilmeleri ve
mecra çeşitliliği
sağlayabilmeleri için,
etkinliğinizin hedefini
ve ana mesajlarını,
Medya İlişkileri
Biriminiz, Dijital Medya
Ekibiniz ve/veya PR
Ajansınız ile henüz
planlama aşamasında
iken paylaşmaya özen
göstermelisiniz. Koç
Holding Medya İlişkileri
Müdürlüğü'nü de tüm
bu süreçten, mutlaka
eş zamanlı olarak
haberdar etmelisiniz.

■ **Etkinlik** mekanındaki
ihtiyaçlarla ilgili olarak,
Medya İlişkileri
Biriminiz ile birlikte
çalışmalısınız.

■ **Etkinlik** mekanında
kamera ve fotoğrafçılar
için görüş açısı açık bir
alan belirlemeli,
gerekliyorsa basın
podyumu
hazırlatmalısınız.

■ **İç** mekanda basın mensuplarının hayatını kolaylaştırabilmek için, onlara özel bir alan belirlemeli ve şerit çekilmesini sağlamalısınız.

■ **Basın** panosu yaptırmalı, röportajlar için özel bir oda ve/veya alan ihtiyacının gerekliliğine Medya Ekibi ile birlikte karar vermelisiniz.

■ **Etkinlik** kayıt kurallarını önceden belirlemelisiniz. Protokol, güvenlik, telif ya da başka bir gerekçe ile akışın belli bir kısmı kayda kapalı ise, bu durumu basın davet metninden başlamak üzere her fırsatta ifade etmelisiniz.

■ **Simültane** kayıt, medya servisi telifi doğuracağından anlaşma ile kayıt altına almalısınız.

***Basın
bültenlerinizde,
rakamların
büyüsü yerine
çevreye duyarlı
çalışmaların
gücünü öne
çıkarın!***

■ **Canlı** yayınlanacak etkinliklerde, program akışı ile ilgili güncel bilgileri medya mensuplarıyla paylaşmalısınız.

■ **Kayda** ve paylaşım açık bilgi, sunum ve konuşma metinlerini dijital formatlarda hazır tutmalı ve etkinlik sonrası paylaşım açmalısınız.

■ **Yurt içi** ve yurt dışı basın katılımı gerektiren tüm seyahat ve organizasyonlar için Medya İlişkileri Müdürlüğümüz tarafından hazırlanan Koç Medya İlişkileri Basın Seyahatleri Kılavuzu'nu detaylıca incelemeli ve oradaki yönlendirmeleri takip etmelisiniz. (bkz. [EK-5](#))



^
63
v

Bölüm 2

2.12 PROTOKOL YÖNETİMİ



Bilindiği üzere,
Protokol yönetimi
etkinlik yönetiminin
en hassas
başlıklarından birini
oluşturur. Genel
davetli listesinden
farklı olarak, bu
başlık altında yer
alan tüm misafirlerle
tek tek ilgilenmek,
beklentileri inceliklerle
yönetmek gerekir.

■ **Davet** edilmesi
planlanan Protokol ile
ilgili olarak, Koç
Ailesi'nin onayını almak
amacıyla, Koç Holding
Kurumsal Etkinlikler ve
Proje Koordinatörlüğü
ile irtibata geçmelisiniz.

■ **Resmî** davetin ev
sahipliğini,
Topluluğumuz veya
şirket adına kimin
yapacağına (CEO, Koç
Ailesi üyesi vb.)
Holding ile birlikte
karar vermelisiniz.

■ **Davet** edilen
Protokolün özel kalemi
ile irtibata geçerek
zorunlulukları ve
taleplerini
öğrenmelisiniz.

■ **Protokol** yönetiminde oturma hiyerarşisi, konuşma sırası gibi genel kabul görmüş kuralları uygulamalısınız.

■ **İlgili** Protokol davetlisi konuşma yapacak ise içerik detaylarını kendisi ile önceden paylaşmalısınız. Örneğin, konuşma yapacak mı, ödül takdimi olacak mı gibi detayları önceden netleştirmeli ve programı buna göre şekillendirmelisiniz.

■ **Oturma** düzenini Holding ile birlikte koordine etmelisiniz.

■ **Etkinliğinizin** başarısı için Protokolden katılım bilgisini mutlaka almalısınız. Özellikle son dakika iptallerine karşı hazırlıklı olmalısınız.

^
66
v

Bölüm 2

2.13 HOLDİNG İLE KOORDİNASYON



Etkinliklerinizin iletişim süreçlerinin sağlıklı bir şekilde seyretmesi ve gerçekleştireceğiniz uygulamaların etki alanlarına daha iyi nüfuz etmesi için, projenizi Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü ile paylaşmalı ve onayını almalısınız.

Ayrıca Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü'nün KoçHub sayfasındaki düzenli paylaşımlarından yararlanabilirsiniz.

Koç Ailesi ve Koç Holding Üst Yönetimi'nin katıldığı her türlü kurumsal aktivitenin, etkinlik planlamasından bütçe aşamasına kadar tüm detaylarını paylaşmalısınız.

Koç Ailesi ve Koç Holding Üst Yönetimi'nin katılımı olan etkinliklerde, mekan, mönü, ajans, dekor, süsleme seçimi ve davetli listesi için görüş almalısınız.

Konuşmacı, sunucu, sahne şovu ve sanatçı seçiminde markanızın üst yönetiminden onay almadan önce, diğer şirketlerin geçmiş tecrübelerini öğrenmek amaçlı olarak danışmalısınız.

Şirket, ülke veya dünya konjonktürüne dair beklenmedik durumlarda etkinliklerinizde alacağınız aksiyonları önceden belirtmelisiniz.



^
68
v

Bölüm 2

2.14 ŞİRKET İÇİ KOORDİNASYON



Etkinlik yönetiminde hedef kitleyle bire bir ilişki kurulduğu ve tüm süreç canlı gerçekleştiği için şirket içi iş birliği büyük önem taşır. Çoğulcu ve dayanışmacı bir yaklaşım, Koç Topluluğu değer ve kalite standartlarına uygun bir etkinlik yaratabilmek için yol gösterici olacaktır.

■ **Etkinliği** ve etkinlik öncesi süreci beraber yöneteceğiniz ya da size destek verecek departman ve şirketlerdeki çalışma arkadaşlarınızı önceden proje ile ilgili bilgilendirmelisiniz.

■ **Projede** yer alan tüm ekipler için koordinasyon planı oluşturmalı ve uygulamalısınız.

■ **Zamanlamaların** net olduğu, görev tariflerinin doğru yapıldığı bir görev dağılım listesi hazırlamalısınız.

■ **Belirlenen** program akışının ilgili bölümlerini ekiplerle önceden paylaşmalısınız.

■ **Farklı** birimlerin ve yöneticilerin geçmiş deneyimlerinden yararlanmaya çalışmalısınız.

■ **Topluluk** genelinde benzer uygulamaları araştırarak projenize destek almalısınız.

^
71
v

Bölüm 2

2.15 HUKUK KOORDİNASYON LİSTESİ



Etkinlik öncesinde idari sorumluluklarla ilgili tüm imza ve kontrolleri yapmalı, aşağıdaki listenin tamamlandığından emin olmalısınız.

Tedarikçilerle yapılacak tüm sözleşmelerin (mekan, sunucu, performans sanatçısı, orkestra vb.) hazırlanması

Ajans ve gizlilik sözleşmelerinin imzalanması

Muvafakatname kontrollerinin yapılması

Tüm prodüksiyon izinlerinin (sokak çekimleri ve mekan izinleri) alınması

Ekip çalışanlarının güvenlik ve sigorta bilgilerinin toplanması

Hazırlanan içeriklerle ilgili telif hakları ve lisans anlaşmalarının yapılması

Projenin ihtiyacına göre Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) ile ilgili önlemlerin alınması

Sosyal medya vb. başlıklarda, ajans politikalarını güvenceye alan anlaşmaların imzalanması

Etkinliğin canlı yayınlanması durumunda konuşmacılardan ve simültane tercümanlardan izinlerin alınması



Bölüm 3

ETKİNLİK YÖNETİMİ (OFFLINE)

- 3.1 Ajans Seçim Süreci
- 3.2 Ajans Brief
- 3.3 Ajans De-brief
- 3.4 Sözleşme Uyarıları
- 3.5 Proje Ekibi

- 3.6 Davetli Yönetimi
- 3.7 Davetiye
- 3.8 Fotoğraf ve Video Çekimi
- 3.9 Mekan ve Zaman Planı
- 3.10 İçerik Yönetimi

- 3.11 Genel Doğrular
- 3.12 Provaya Hazırlık
- 3.13 Prova Kontrol Listesi
- 3.14 Etkinlik Günü Adımları



***"Bazıları güzel bir mekan peşinde koşar.
Bazıları mekanı güzelleştirir."***

/ Hazrat Inayat Khan

Bölüm 3

3.1 AJANS* SEÇİM SÜRECİ

* ve diğer tüm tedarikçiler



Bildiğiniz gibi etkinlik yönetimi konusunda Setur Mice ekibi şirketlerimize hizmet vermektedir. Birçok şirketimiz bu iş birliği içinde işlerini başarıyla yürütmektedir. Ajans seçimi yaparsanız en az 3 ajanstaki teklif almalısınız. Ayrıca seçim sürecinde şu sorulara cevap aramalısınız:

■ **Ajansın**, planladığınız düzeyde bir projeyi veya etkinliği gerçekleştirecek tecrübesi var mı?

■ **Vereceği** hizmetlerin ne kadarını kendi bünyesinde verebiliyor, ne kadarını outsource ediyor?

■ **Daha** önce ilgili ajansla çalışılmış ise Topluluk içi paydaşların yorumları nasıl?

■ **Adil** seçim yapabilmek açısından, bir kurum veya birey tarafından önerilen ajans ile öneren taraf arasında nasıl bir ilişki var?

■ **Ajansın** referansları ve mali sicil kayıtları incelendi mi?

■ **Ajans**, etkinlik için teminat mektubu sağlayabiliyor mu?

■ **Ajansın** fikir ve konseptleri amacınıza, Topluluğumuza, hedef kitleye, stratejinize, sürdürülebilirlik yaklaşımınıza, fayda ve maliyet değerlendirmenize uygun mu?

■ **Online** bir etkinlik düzenlenecekse, gerekli dijital alt yapıyı sunabilecek yetkinliği var mı?

■ **Hem** kendi ekibi hem de tedarikçileri için, salgın hijyen kurallarına uygunluğunu kanıtlayabiliyor mu?



77



3.1 AJANS SEÇİM SÜRECİ

Bölüm 3

3.2 AJANS BRIEF



Hedefinize uygun konsept ve etkinlik fikirleri için ajanslara verdiğiniz bilgilerle beraber beklentileriniz konusunda da net olmalısınız. Brief aşamasından önce mutlaka bütçenizi belirlemeli, gerekli ise gizlilik sözleşmesi imzalamalısınız. Ajansla şu bilgileri paylaşmanızı öneririz:

■ **Bir** proje tanıtım metni hazırlayarak etkinliğin amacını, ana mesajını ve stratejisini kağıda dökmelisiniz.

■ **Etkinliğin** zamanlaması, süresi ve türü ilgili detayları (2019 Sonbahar, tek gün, yüz yüze ya da online vb.) vermelisiniz.

■ **Etkinlikle** ilgili hedef lokasyonu (İstanbul gala yemeği, Akdeniz Bölgesi otel organizasyonu ya da açık hava vb.) belirtmelisiniz.

■ **Ağırlanacak** toplulukla ilgili detayları (kişi sayısı, iç ve/veya dış paydaş katılımı, cinsiyet profili, yaş ortalaması, Protokol ve basın daveti bilgileri vb.) paylaşmalısınız. Aynı etkinliğin önceki dönem sunumlarını da göndermelisiniz.

■ **Ajanstan** beklentilerinizi (ana konsept, yaratıcı fikir, dijital çözüm, sahne ve dekor detayları, performans ve içerik vb.) net bir şekilde ifade etmelisiniz.

■ **Çevreci** ürünlerin ve tasarrufa yönelik önerilerin oluşturulmasını talep etmeli, içeriklerin bu kriterlerle yaratılmasını istemelisiniz.

■ **Markanızın** karakteristik özelliklerini ve dilini ajansa doğru şekilde aktarmalısınız.

^
81
v

*Çok tanınmış bir
sunucu mu
yoksa çevre
duyarlılığı olan
bir isim mi?*

■ **Brief** ve de-brief dönüşü için teslim ya da sunum tarihini netleştirmelisiniz.

■ **Bütçe** konusunda belli bir aralık belirlemelisiniz.

■ **Konkur** değerlendirme sürecini şeffaf bir şekilde tanımlamalı, taraflarla paylaşmalısınız.



■ **Kurumsal** kimlik ve ihtiyaç duyulabilecek materyalleri ajansa zamanında iletmelisiniz.

■ **Kırmızı** çizgilerinizi belirlemelisiniz. Önceki etkinliklerden olumsuz geri dönüşler ya da projenize özel bildirimler söz konusuysa önceden paylaşmalısınız.

■ **Projenin** gizlilik seviyesine göre, brief için de gizlilik protokolü kullanabilirsiniz.

■ **Tüm** ajanslarla, eşit bir şekilde, aynı bilgileri paylaşmalısınız.

^
83
v

Bölüm 3

3.3 AJANS DE-BRIEF



Gelen teklifleri kriterleriniz doğrultusunda değerlendirmeli (stratejik yaklaşım, konsept, tasarım, sağlık ve hijyen konuları, SBB, çevreci yaklaşım vb.), yaklaşımını ya da konseptini seçtiğiniz ajansla anlaşmadan önce de-brief vererek, operasyon ve prodüksiyon kalemlerini netleştirmelisiniz. Bu süreçte, geçmiş yılların gerçekleşen bütçeleri de sizin için iyi bir ölçü olabilir.

■ **Detay** yorumlarınızla projeyi ideal haline getirmeye çalışmalısınız.

■ **Bir** konsept belirlenecekse, bu konseptin tüm yıl, farklı iletişim kanallarında kullanılıp kullanılmayacağını irdelemelisiniz.

■ **Kullanılacak** fikri ve çözümleri dikkatle seçmelisiniz. Seçilen konsept ile ilgili farklı beklentileriniz varsa net bir şekilde aktarmalısınız.

■ **Yedek** planların (back-up), olası aksaklıklar için kriz planlarının da paylaşılması yararlı olacaktır.

■ **Hedefler** ve koşullar doğrultusunda etkinlik mekanı alternatiflerini bizzat görmeli, etkinlik mekanı ve ulaşım planının, özellikle de engelli bireyler için uygunluğundan emin olmalısınız.

■ **Online** bir etkinlik yapılacaksa, kullanılacak alt yapı ve teknik alternatifleri (IGTV, YouTube kanalı, Microsoft Teams, etkinlik uygulaması vb.) incelemelisiniz.

■ **Seçilen** müzik ve sahne şovları için, konsept, koreografi, müzik ve kostüm gibi başlıklarda ayrıca detaylı brief vermelisiniz.

***Etkinlikten artan
yiyecekleri atmak
yerine,
barınaklara
yollamayı
düşünebilirsiniz.***

■ **Üretim** gerektiren (dekor, sahne, teknik altyapı vb.) tüm kalemleri listelemeli ve üretim sürelerinin netleşmesini sağlamalısınız.

■ **Sanatçı/sunucu**, film, performans, sunum vb. konuların Topluluğumuz standartlarına uygunluğunu kontrol etmelisiniz.

■ **Güvenlik** ve gizlilik gibi konularda zorunlu uygulamaları paylaşmalı, etkinliğin akış ve bütçe çalışmalarını netleştirmelisiniz.

■ **Ulaşım**, transfer ve konaklama ihtiyaçlarınızı, ilgili paydaşlara sunarak bütçe talep etmelisiniz.

■ **Etkinlik** sonrasında atılacak ürünlerin, ajans tarafından yeniden kullanıma yönlendirilmesi konusunu taahhüt altına almalısınız.

■ **Tüm** ajanslara aynı zamanda dönüş yapmalı, değerlendirme sonucuyla ilgili detaylı bilgi vermelisiniz.

■ **Sözleşme** aşamasını tamamlamalısınız.

Bölüm 3

3.4 SÖZLEŞME UYARILARI



Sözleşmeler etkinlik sürecinin garantisidir. Mutlaka gerekli vakti ayırmalı, süreci sonuna kadar takip etmelisiniz.

■ **Operasyon** sürecinin başarılı bir şekilde geçmesi, iş güvenliği ve çalışma şartlarının yeterliliği için, prova ve kurulum sürelerinden asla taviz vermemelisiniz.

■ **Ajans** ödeme planı, oranları ve zamanlamasının sözleşmenizde de yer almasını sağlamalısınız.

■ **Etkinlik** alanında görev alacak tüm çalışanların SGK'lı olmasına, sabıka kaydı kontrollerinin yapılmasına dikkat etmelisiniz.

■ **Kıyafet** kurallarını
muvafakatname ile
garanti altına
almalısınız.

■ **Tüm** üretim süreçleri
için (kitap, web sitesi,
film, simültane çeviri,
animasyon, sunum,
sahne şovu vb.) telif
sözleşmelerini
imzalamalı, lisanslama
ve kişisel verilerin
korunması ilkesine
uygunluk durumunu
kontrol etmelisiniz.

■ **Tüm** üretim aşamaları
için gereken son onay
ve teslim tarihlerini
anlaşmalarla kayda
almalısınız.

■ **Üçüncü** partilerle
gerçekleşen tüm
sözleşme süreçlerini
Hukuk Departmanı ile
koordineli bir şekilde
yürütmelisiniz.

■ **İçerikler** hazırlanırken tüm yasal izinleri almalı, kullanım haklarını sözleşmeyle belirlemelisiniz.

■ **Projede** çalışacak müzisyen, koreograf, oyuncu, yönetmen ve benzeri yaratıcı ekip üyeleriyle ilgili seçim kriterleri, değişiklik ihtiyaçları, maliyet, onay mekanizması ve benzeri ayrıntıları sözleşmeyle garanti altına almalısınız.

■ **Son** olarak, yerine getirilmeyen sözleşme maddeleriyle ilgili olarak, Hukuk Departmanı'yla iş birliği içinde, cezai uygulamaları belirlemeli ve iş ortağınızla bu konuda mutabık kalmalısınız.



Bölüm 3

3.5 PROJE EKİBİ



92



Proje ekibini yönetebilmek için, ilk olarak ajans ekip üyelerini tanımaya vakit ayırmalısınız.

Hazırlık aşamasına geçmeden önce, planladığınız etkinlik için SWOT analizi yapmalısınız. Sonuçları paylaşmalı ve iyileştirme önerilerini mutlaka dikkate almalısınız.

Etkinlik özelinde detaylı kontrol listesi oluşturmalsınız.

Etkinliğe ev sahipliği yapacak olan yöneticinin talep ve beklentilerinden haberdar olmalısınız.

Organizasyonda görev alacak kişileri ve sorumluluk alanlarını listelemelisiniz.

Birden çok ajansın yer aldığı bir organizasyon hazırlığındaysanız, lider ajans konumlandırması yapmanız faydalı olacaktır.

Proje ekibinin iç iletişim metoduna ve iletişim kanallarına karar vermelisiniz.

Tüm iş onayları ve revize taleplerini yazılı olarak saklamalısınız.



93



Bölüm 3

3.6 DAVETLİ YÖNETİMİ



■ **Tüm** katılımcı bilgilerinin dijital ortamda bulunması etkinlik günü karşılama sırasında büyük kolaylık sağlar.

■ **Davetli** listesini etkinliğin içeriğine göre oluşturmalsınız.

■ **Davetli** sayısını belirlemelisiniz.

■ **Salgın** döneminde sosyal mesafe kuralını göz önünde bulundurularak planlama yapmalısınız.

■ **Davetiyelerin**
gönderimini yaklaşık
1 ay önceden
tamamlamanız
önerilir.

■ **Kurumlardan**
çağrılacak kişilerin
unvanlarının güncel
olup olmadığını
kontrol etmelisiniz.

■ **İletişim** adresleri
güncellenmiş isim
listelerini, mümkün
olan en kısa zamanda
oluşturmalısınız.

■ **Gerektiğinde**, davetle
ilgili ilk bilgilendirme
olarak, "save the date"
çalışması
gerçekleştirmelisiniz.

■ **Davetlilerin** katılım durumunu mutlaka öğrenmelisiniz.

■ **LCV** yapacak görevliler için, tanıtım metnini ve olası sorulara verilecek cevapları yazılı olarak hazırlamalısınız.

■ **Davetliler** arasında konaklama talebi olan olursa koordinasyonu mutlaka önceden yapmalısınız.

■ **Davetlilerin** bilgilerinin Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (KVKK) kapsamında korunmasına dikkat etmelisiniz.

Bölüm 3

3.7 DAVETİYE



98



Katılımcılara etkinliğe dair ilk izlenimi davetiye sunar. Bu nedenle, davetiyenin tasarımı, konseptinizi, yaklaşımınızı ve mesajınızı aktarmanız adına önemli bir fırsat barındırır.

■ **E-davetiye** kullanımını önceliklendirmelisiniz.

■ **Davetiye** standartları konusunda (ebat, ağırlık, renk vb.) Koç Kurumsal Kimlik Kılavuzu'nu (bkz. [EK-6](#)) kullanabilirsiniz.

■ **Davetiyenin** isme özel ya da eşli olup olmadığı bilgisini önceden almalı, bu bilgiye davetiyede yer vermelisiniz.

■ **Kıyafet** kodunu belirtmelisiniz.

■ **LCV** numarası, e-posta adresi ve son bildirim tarihinin davetiyede mutlaka yer almasını sağlamalısınız.

■ **Güvenlik** kartlarını (gerekli ise) hazırlatmalısınız.

■ **Etkinlik** mekanının iletişim bilgilerini ve krokisini davetiyeye de eklemelisiniz.

■ **Etkinlikle** ilgili bir web sitesi, sosyal medya hesabı ya da dijital medya kanalı varsa, adresini ve kullanılacak #hashtag'i paylaşmalısınız.

■ **Davetiyelere** mutlaka, etkinlikte sağlık ve hijyen kurallarına uyulacağına dair bilgi notu eklemelisiniz.

■ **Davetiyeler** teslim edilirken, hijyen kurallarına dikkat edilmesini sağlamalısınız.

■ **Dijital** organizasyonlarda mecraya uygun davetiye tasarımı yapılmasına özen göstermelisiniz.

■ **Vale** ve otopark bilgisini yazmalısınız.

■ **Arzu** ediliyorsa bağış bilgisi de verebilirsiniz.

***QR koduyla
hazırlanan
dijital
davetiyelerde
tüm bilgiler
dijital mecraya
yüklenabilir.***

Bölüm 3

3.8 FOTOĞRAF VE VİDEO ÇEKİMİ



Fotoğraf ve videoların kalitesi etkinliğin kalitesini yansıtır. Bu konuda yapacağınız doğru uyarılar sonuçlara olumlu şekilde yansıyacaktır.

■ **Film** ve fotoğraf çekimini gerçekleştirecek ekiplerle ilgili gizlilik ve kişisel verilerin korunması konusundaki hukuki prosedürleri eksiksiz uygulamalısınız.

■ **Fotoğrafçıları** ve kameramanları etkinliğin içeriği ve konsepti hakkında bilgilendirmeli, etkinlik günü, akışı kendileri ile önden paylaşmalısınız.

■ **Etkinlik** mekanında kurum adına çalışacak kameraman ve fotoğrafçılar için sosyal mesafe kurallarını gözeten alanlar belirlemelisiniz.

■ **Fotoğrafçı** ile birlikte
önden keşif yapmalı,
ışık kontrollerini
gerçekleştirmelisiniz.

■ **Yönetici** provalarında
da fotoğrafçıyı hazır
bulundurmalısınız.

■ **Toplantı** esnasında
kürsüde fotoğraf çekimi
iyi sonuç vermediği için
toplantı başlamadan
önce konuşmacının
fotoğrafını
çektirmelisiniz.

■ **Etkinlik** başlamadan
önce arşiv amaçlı
olarak mekanın dekor
unsurlarının
fotoğraflanmasını
sağlamalısınız.

***Fotoğraflarda
logonun
gelişigüzel bir
şekilde
kesilmemesine
dikkat etmek
gerekir.***

■ **Toplu** fotoğraf ve video çekiminde kadın/erkek oranına özen göstermelisiniz.

■ **Fotoğraf** ve videoları, benzer kareler ayıklanmış, uygun kadrajlı olmayanlar elenmiş şekilde teslim almalısınız.

■ **Etkinlik** çekim ekibinin medya materyallerini farklı formatlarda (yüksek ve düşük çözünürlüklü fotoğraf, ham görüntüler, video klipler vb.) hazırlamasını sağlamalısınız.

■ **Etkinlik** esnasında sosyal medyadan yapılacak fotoğraf ve video paylaşımlarını yönetmelisiniz. Topluluk çalışanlarına bu konuda yönlendirme yapmalı ve gelişigüzel paylaşımlara engel olmalısınız.

Bölüm 3

3.9 MEKAN VE ZAMAN PLANI



Gerek mekan seçimi gerek zamanlama tespiti en önemli başlıklarınız arasında gelir. Organizasyonun büyüklüğüyle doğru orantılı olarak, sağlıklı bir akış için gereken mekan kiralama süresini belirlemeniz etkinliğiniz için kritik önem taşır. Bir diğer kritik nokta, salgın bilinciyle hareket ederek, sosyal mesafe ve hijyen kurallarına tam uyum sağlayan mekanları seçmektir.

■ **Mekanın** davetli sayısını, teknik yeterlilik ve lojistik açısından uygunluğunu tespit etmelisiniz.

■ **Etkinlik** alanını rezerve etmelisiniz. Kurulum süresini göz önünde bulundurarak, ne kadar süre gerekecekse etkinlik öncesinde ona göre mekan kiralaması yapmalısınız.

■ **Dekor** planlamalarınız için alanın mimari ölçüsünü ve detaylarını edinmelisiniz.

İYİ ÖRNEK

*MVK Spor Ödülü'nde
sahne tasarımı,
paralimpik
sporcumuzun
tekerlekli
sandalyesi
düşünümlere yapıldı.*

■ **Mekan** yerleşim planı hazırlatmalısınız.

■ **Mekan** seçimi ve yerleşiminde "Engelsiz Etkinlik" anlayışıyla hareket etmelisiniz. Buna göre, tüm geçiş ve erişim alanlarının engelli davetliler için en doğru şekilde organize edildiğinden emin olmalısınız.

■ **Hava** durumu kontrolü yapmalı, açık ve kapalı mekan opsiyonlarını belirlemelisiniz.



Kurulum süresini belirlerken şu noktalara dikkat etmelisiniz:

Nakliye gerektiren kalemler ve teslim süreleri

Üretim gerektiren kalemler ve teslim süreleri

Satın alma/kiralama gerektiren kalemler ve teslim süreleri

Teknik ekip, sahne, dekor ve masa düzeni kurulum süreleri

Prova süresini belirlerken şu noktalara dikkat etmelisiniz:

Tüm sahne, şov ve konuşmacılar için gereken süre (hijyen kuralları hesaba katılarak hesaplanmalı)

Tüm içerikler hazır olduğunda, genel akış provası için gereken süre



Bölüm 3

3.10 İÇERİK YÖNETİMİ



İçerik tasarımı etkinliğe anlam veren, ruh katan bir başlıktır. İçeriklerin yaratıcılığı kadar konseptte uygunluğu da etkinliğin başarısına doğrudan etki eder.

■ **Sahne**de yapılacak konuşmalardaki stratejik mesajların birbiriyle uyumuna ve akıştaki yerlerinin doğruluğuna dikkat göstermelisiniz.

■ **Etkinlik** sırasında gösterilecek tüm sunum, film, animasyon, sahne şovu vb. içerik kalemlerini konseptle tutarlılık, devamlılık ve itibar perspektifinden değerlendirmelisiniz.

■ **Konuşma** ve sunumlarda kullanılan dil, ifade ve terimlerin, katılımcı ve hedef kitleye uygunluğuna özen göstermelisiniz.

■ **Verimlilik** açısından, içeriği şekillendirirken, toplantı ya da sunum sürelerinin davetlileri sıkmayacak uzunlukta olmasına önem vermelisiniz.

■ **Özellikle** tam günlük, uzun süreli toplantılarda, sahne akışında sunulan içerikleri, konukların konsantrasyonu üzerinden değerlendirmeli ve molaları buna göre ayarlamalısınız.

■ **Her** zaman etkileşimli içerikleri, tek yönlü sunumlara tercih etmelisiniz.

■ **Geleneksel** ve dijital mecralar için hazırlanan içeriklerin birbiriyle uyumlu olmasına önem vermelisiniz.



112



İYİ ÖRNEK

*MVK Spor Ödülü
için
hazırladığımız
ana tema müziği
ödülün
sembollerinden
birisi oldu.*

■ **Sunucu** ve sanatçıların sahnede yapacakları konuşmaları yazılı olarak kendileriyle paylaşmalı, onların katkılarını değerlendirmeli ve metne bağlı kalmalarının öneminin altını çizmelisiniz.

■ **Koç** Ailesi ve Koç Holding Üst Yönetimi'nin katılacağı tüm etkinliklerde, Koç Holding Kurumsal İletişim Direktörlüğü'ndeki ilgili birimlerin içeriklere revize verebileceğini öngörmeli, zaman planını buna göre yapmalısınız.

■ **Hazırlanacak** içeriklerle ilgili (sunum, film vb.) anlaşma ve sözleşmeler yapılmadan önce, içerikleri Holding ile paylaşmaya özen göstermelisiniz.

Bölüm 3

3.11 GENEL DOĞRULAR



Etkinliğinizin konseptinden ve hedefinden bağımsız olarak, her zaman geçerli bazı temel doğrular vardır. Bu detaylar pek çok başlıkta işinizi kolaylaştıracaktır.

■ **Etkinliğin** akışı planlanırken içeriğe katılan her bir ögenin programın bütününe etkisini değerlendirmelisiniz. Akışı zorlaştıracak ya da riske sokacak detaylardan kaçınmalısınız.

■ **Saha** içinde her bir birimin başında bir süpervizörün bulunmasını sağlamalı ve hepsinin doğru bilgilendirildiklerinden emin olmalısınız.

■ **Koç** Ailesi, Koç Holding Üst Yönetimi ve Protokol karşılamalarında ve eşliklerde, birebir görev dağılımına dikkat etmelisiniz.

■ **Yabancı** ortaklı işlerde
çift dil (Türkçe ve
İngilizce) sunum
planlaması
yapmalısınız.

■ **Genel** dekor ile etkinlik
tasarım dilinin
uyumundan emin
olmalısınız.

■ **Etkinliklerin** önemli
unsurlarından biri olan
dekor, çiçek ve benzeri
süslemelerde marka
değerlerine
hassasiyetin yanı sıra,
zarafeti de
önemsemelisiniz.
Abartılı dekorlardan ve
tek kullanımlık plastik
malzeme
kullanımından
kaçınmalısınız.

■ **Davetlileri**
bekletmeyecek, hava
şartlarından
etkilenmemelerini
sağlayacak şekilde
çözümler üretmelisiniz.

■ **Hediye** ve ödül söz konusu olduğunda, toplumsal ihtiyaçları ve sosyal sorumluluk boyutunu mutlaka hesaba katmalısınız.

■ **Gerek** sahne üstünde gerekse oturma düzeni olan uygulamalarda, kadın/erkek denklğine özen göstermelisiniz.

■ **Etkinlik** mekanı krokisi üzerinde, tüm davetliler için tek tek çalışma yapmalısınız.

■ **Protokol** ve basın mensubu katılımında her iki grubun da ihtiyaçları doğrultusunda yerleşim yapmalısınız.

***İkramda bolluk
mu mönüde
yaratıcılık mı?***

■ **Oturma** düzeni olan etkinliklerde, davetlileri, eşlik ettikleri kişilerle birlikte oturabileceğiniz gibi, kaynaşma oluşturacak şekilde ayrı ayrı masalara da yerleştirebilirsiniz.

■ **Hem** Protokol yönetimi, oturma düzeni ve ikram sayılarını belirleme açısından hem de bütçeye doğrudan etkisi nedeniyle mutlaka LCV almalısınız.

■ **Ses** ve ışık kullanımı, müzik seçimi konularında mekana, davetlilere ve şartlara göre en ideal çözüm için ajanslarınızı ve ekip arkadaşlarınızı özellikle uyarmalısınız.

■ **Özellikle** Koç Ailesi'nin katılımının olduğu etkinliklerde, sahne gösterilerinde ses ve ışık seviyelerini rahatsızlık vermeyecek şekilde, misafirlerin konforunu bozmayacak ölçülerde tutulmalısınız.

■ **Tüm** teknik altyapı için tam prova almalısınız.

■ **Yabancı** misafirleriniz var ise mutlaka simültane tercüme organize etmelisiniz. Tercümenin dilini önceden kontrol etmeli, misafirlerin kulaklık aldığından emin olmalısınız.

■ **Misafirlerin** sağlıklı, güvenli ve hijyenik bir ortamda olduklarından emin olmalarını sağlamalısınız.

■ **Etkinlik** alanının araç park imkanını kontrol etmelisiniz. Özel park yeri mevcut ise halka açık olup olmadığını öğrenmelisiniz.

Çiçek hediye etmek mi yoksa fidan dikmek mi?



■ **Koç** Ailesi ve Koç Holding Başkanları için park yerlerini önceden ayarlamalısınız. İstanbul dışındaki etkinliklerde ayrıca bir dinlenme odası organize etmelisiniz.

■ **Sosyal** mesafe kuralına çok dikkat etmelisiniz. Bu kapsamda etkinliğiniz tiyatro düzeninde ise belirlenen aralıkları korumalı, gala düzeninde ise kişi sayısı kapasitenin yarısı olacak şekilde planlama yapmalısınız. Örneğin, 10 kişilik yuvarlak masalarda 5 kişi oturtmalı, masalar arasında en az 1,5 metre mesafe bulundurmalısınız.

■ **Ambulans** için uygun bir bekleme alanı belirlemeli ve ekip üyeleri için ikram temininde bulunmalısınız. Hızlı erişim için görevlilerin iletişim bilgilerini her an el altında bulundurmalısınız.

■ **Masalardaki** dekor ve süsleme seçeneklerini, Topluluğumuz gelenek ve alışkanlıklarını göz önünde bulundurarak değerlendirmelisiniz.

- **Masalarda** mutlaka isim kartı ve mn bulundurmalısınız.

- **Seçtiğiniz** mönüde, vejetaryen/vegan alternatiflerin olmasına ve alerjen gıdalar konusuna dikkat etmelisiniz.

- **Yemeklerin** israfının önüne geçmek için tedbir almalı, otel veya catering firmasına vereceğiniz kişi sayısını doğru hesaplamalısınız.

- **Host** ve hosteslerin sayısının gereğinden fazla olmaması için görev tanımlarını dikkatlice yapmalısınız.

İYİ ÖRNEK

***Vehbi Koç dl
Töreni'nin
sunuculuğunu
Koç Okulları'ndan
Öğrenciler yaptı.***

■ **Host** ve hostesler etkinliklerde göze çarpan unsurlar olduğu için, kıyafetlerinin etkinlik temasına uygunluğu önemlidir. Abartılı görünüm ve giysi seçimlerinden kaçınmalısınız.

■ **Etkinlik** alanı tuvaletlerinde hijyen seti benzeri detayları unutmamalısınız.

■ **Yurt dışında** yapacağınız etkinliklerde o ülkenin koşullarını ve yükümlölüklerini önceden öğrenmeli, uygun aksiyonları almalısınız.



122



Bölüm 3

3.12 PROVAYA HAZIRLIK



En büyüğünden en mütevazisine, her etkinliğin başarısı prova sırasında belli olur. Provaya ayıracağınız vakit mutlaka karşılığını verir. Hazırladığınız akışta her detayın yazılı olması tavsiye edilir. Prova öncesi hazır olması gerekenler:

Teslim ve kurulum dahil olmak üzere ön-hazırlık zaman planı

Prova ve etkinlik günü zaman planı

Prova akışı

Etkinlik günü akışının dakika dakika tüm aşamaları

Tüm görevlilerin, cep telefonu numaraları ve sorumluluk alanlarının tam listesi

Üçüncü parti katılımcıların iletişim bilgileri ve görev tanımları

Etkinlik mekanında kullanıma açılan tüm bölümlerin (kulis, depo vb.) bilgileri

Markanın tanıtım malzemeleri ve yerleri

Tüm teknik bilgiler

Bölüm 3

3.13 PROVA KONTROL LİSTESİ



Başarılı bir prova için kontrol listeleri elzemdir. Listelerinizde her detayın yazılı olması tavsiye edilir. Aşağıdaki başlıkların tamamını kontrolden geçirmelisiniz.

Güvenlik önlemleri

Sağlık ve hijyen için gerekli önlemler

Teknik altyapı, ışık ve ses sistemleri, jeneratör vb. ile ilgili hazırlıklar

Dekor teslim ve kurulumu

Logolu malzemeler ve kurumsal kimlik kontrolleri

Karşılama masası kurulumu ve davetli listesi

Masa düzeni kurulumu

Oturma kartları

Teknik akış

Sahne şovlarının provası

^

127

✓

Sunum, film vb. tüm içeriklerin sahnede gösterimi

Sunucu ve konuşmacı kartlarının hazır olması ve içerik kontrolü

Kurdele kesimi varsa etkinlik isminin yazılı olduğu kurdele, yeterli sayıda makas ve sunucunun sahneye çağıracağı isimlerin listesi

Sahneye çağırılacak kişilerin isim ve sıfatlarının kontrolü

Sosyal medya paylaşımlarının içerik kontrolü

Ağırlama ve transferlerle ilgili son kontroller

Temizlik kontrolü



Bölüm 3

3.14 ETKİNLİK GÜNÜ ADIMLARI



Etkinlik günü izlenecek adımlar aşağıda özetlenmiştir. Özel konseptli etkinliklerde bu liste değişebilir.

Transfer ve alana giriş

Karşılama esnasında Koç Ailesi, Koç Holding Üst Yönetimi ve Protokol düşünülerek, ev sahibi konumlaması yapılması, gerektiğinde birden fazla kişinin aynı anda gelebileceğinin öngörülmesi

Tüm teknik altyapının çalışır durumda olması

İnternet bağlantısı

Etkinlik mekanının havalandırılması

Kullanılıyorsa kulislerin kontrolü

Kurum içi ve dışı sorumluların yerini alması

Host ve hosteslerin kılık, kıyafet kontrolleri ve görev dağılımları

Vale, runner ve kulis sorumlularının görev yerlerde olmaları

Etkinlik senaryosunun ve sahne akışının paylaşılması

İçerik hazırlıkları

Canlı performans

Masa ve oturma düzeni kontrolleri

İkram sorumlusu ile koordinasyon

Basın katılımı olacaksa, basın odası ve basın röportaj alanlarının kontrolü

Mobil uygulama ya da web sitesi güncellemeleri



Bölüm 4

ONLINE VE HİBRİT ETKİNLİKLERİN YÖNETİMİ

- 4.1 Avantajlar, Dezavantajlar ve Karşılaştırma Tablosu
- 4.2 Genel Yaklaşım
- 4.3 Hazırlık Süreci



***"Online tavrınız
gerçek kimliğinizi yansıtсын."***

/ David Chiles

^
133
v

Bölüm 4

4.1 AVANTAJLAR, DEZAVANTAJLAR VE KARŞILAŞTIRMA TABLOSU



Dijital çağ etkinlik tasarımına yeni bir mecrayla birlikte yepyeni imkanlar getirdi. COVID-19 salgınıyla birlikte iyiden iyiye popülerleşmiş görünse de, online ve hibrit etkinlikler uzun zamandır trendi belirliyordu. Kendine has dinamikleriyle bize yeni deneyimler vaadeden bu etkinlik türleri doğru zamanda kullanıldığında son derece etkili sonuçlar verir.

	AVANTAJLAR	DEZAVANTAJLAR
ONLINE ETKİNLİK	Az maliyet	Direkt temas yok
	Esneklik	Yeni bir konu
	Kolay performans ölçümü	Olası teknik sorunlar
	Çevre dostu	Daha az heyecan
	Daha çok kişiye erişim imkanı	Etkinliğin unutulma olasılığı
HİBRİT ETKİNLİK	Orta derecede esneklik	Mekan gereksinimi
	Kolay performans ölçümü	Olası teknik sorunlar
	Zengin bir deneyim	Yedek bir plan gerektirir
	Daha çok kişiye erişim imkanı	Yürütmesi zor
OFFLINE ETKİNLİK	Yüz yüze iletişim	Pahalı
	Daha akılda kalıcı	Esnek değil
	Heyecanlı	Performansı ölçmek zor
	Networking açısından en uygun ortam	Her zaman çevre dostu değil
		Salgın döneminde sağlık riski taşıyor



4.1 AVANTAJLAR, DEZAVANTAJLAR VE KARŞILAŞTIRMA TABLOSU

Bölüm 4

4.2 GENEL YAKLAŞIM



Online ve hibrit etkinlikler kendine özgü dinamikler barındırmaktadır. Etkinlik içeriğinin, görsel tarzının ve akış planının mecranın ruhuna uygun şekilde belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde uzun konuşmalar ya da yoğun dikkat gerektiren içerikler yerine, kısa ve dinamik içerikleri tercih etmelisiniz.

■ **Akış** esnasında, bir sonraki bölümü ekran yazılarıyla önceden ilan ederek dikkati canlı tutabilirsiniz.

■ **Sunum** bölümlerinde bilgisayar ve telefon ekranlarını düşünerek, 16:9'dan daha geniş ebatlar kullanmamalısınız.



***Online
buluşmalarda
katılımcıları, ilgi
alanlarına göre
ayırıp, farklı
salonlarda
buluşturabilirsiniz.***

■ **Sunumlarda** yazı
puntolarını normalden
büyük, slayt başına
düşen cümle sayısını
normalden az
tutmalısınız.

■ **Online** ve hibrit
etkinliklerde katılımı her
an yüksek tutmak için,
normalden daha fazla
kişi davet etmelisiniz.



Etkinlik özelinde dijital uygulamalar oluşturma imkanına da sahipsiniz. Bu uygulamalarda:

■ **Dikkati** yakalamak adına, uyarı iletilerinden (push notification) yararlanabilirsiniz.

■ **Katılımcıların** sohbet edip, görüşlerini paylaşabilecekleri ve "networking" yapabilecekleri bölümler oluşturmalsınız.

■ **Etkinlik** öncesi veya sonrasında uygulama üzerinden bir "happy hour" organize edebilirsiniz. Örneğin, etkinlikle ilgili olarak belirlenen bir #hashtag sayesinde katılımcılar selfie çekip paylaşabilirler. Böyle örneklerle etkileşimi yükseltebilirsiniz.

İYİ ÖRNEK
ÜDYT'de
katılımcılar cep
telefonu
uygulamasından
konuşmacılara
sorularını
iletebiliyorlar.

■ **Katılımcılara,**
kendilerine ait bir profil
oluşturma imkanı
sunmalı, böylelikle
etkinlik ajandalarını
kendilerinin
yönetmesini ve diğer
katılımcılarla
görüşmelerini
sağlamalısınız.

■ **Etkinlik**
uygulamalarında ana
sayfa oluşturabilir,
burada konuşma ve
tartışma grupları
açabilirsiniz.

■ **Hazırlanacak**
uygulamanın tasarımsal
açıdan çekici olmasına
önem vermelisiniz.
Örneğin, "etkinliğe
katılmak istiyorsan tıkla"
demek yerine
"telefonunu salla"
demeyi tercih
etmelisiniz.



Bölüm 4

4.3 HAZIRLIK SÜRECİ

140



Teknolojinin gelişmesi ve COVID-19 salgınıyla birlikte, etkinlik endüstrisinde online ve hibrit etkinlikler eskisinden de önemli hâle geldi. Her iki etkinlik modeliyle de, artık çok daha fazla kişiye, çok daha hızlı bir şekilde erişebiliyorsunuz.

■ **Dijital** çözümler sunabilen firmalar artık en büyük ve en önemli tedarikçilerimizden biri olacak. Bu açıdan, çalışacağınız ajansın referanslarına ve teknik alt yapısına önem vermelisiniz.

■ **Cisco** WebEx, Skype ve Microsoft Teams gibi platformlarda bir etkinlik düzenleyecekseniz güvenlik açığı oluşmaması adına, mutlaka önden Bilgi Teknolojileri Departmanı ile görüşmelisiniz. Seçilen platformun, aynı anda canlı bağlanacak olan katılımcı sayısını kaldırıp kaldıramadığını önceden test etmelisiniz.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde karşı tarafa enerjiyi hissettirmek çok önemli olduğu için, katılımcıların dikkatini çekebilecek bir moderatör seçmelisiniz.



■ **Sosyal** medya kullanımının online etkinliklerde daha da artması nedeniyle, ilgili kanalları daha aktif bir şekilde kullanmayı düşünmelisiniz. Hangi kanalı kullanacağınızı dikkatle seçmeli, etkileşime özel önem vermelisiniz. Mutlaka etkinliğe özel bir #hashtag belirlemelisiniz.

■ **Online** veya hibrit bir etkinlikte katılımcıların dikkatini toplamak daha zor olduğu için çarpıcı tasarımlar ve arka plan görselleri kullanmalısınız.

■ **Online** ve hibrit etkinliklerde kişiselleştirilmiş uygulamalar yaratmaya önem vermelisiniz.

■ **Sanal** gerçeklik kullanımı artmakta olduğu için, etkinliğinizi planlarken bu teknolojiyi de değerlendirebilirsiniz. Bunu yaparken, elbette, çevreci hassasiyetleri göz önünde bulundurmalısınız.

■ **Canlı** yayınlanacak etkinliklerin sonrasında videolara ve sunumlara erişim izni verip vermeyeceğinize önceden karar vermelisiniz.

■ **Kamuoyuna** açık olmayan etkinliklerde, güvenlik tedbiri olarak, "kullanıcı adı" ve "şifre" kullanılmasını sağlamalısınız.

■ **Canlı** yayın şeklinde bir etkinlik gerçekleştirecekseniz, altyapı, kurulum ve bağlantı kontrolleri ile stres ve yük ölçüm testlerini mutlaka önceden yapmalısınız.

■ **Online** etkinliklerinizde de çevreci yaklaşımın uygulanabilirliğini araştırmalı, verimli kaynak kullanımına dikkat etmelisiniz.



Bölüm 5

SALGIN DÖNEMİNDE ETKİNLİK YÖNETİMİ

5.1 Yeni Normal

5.2 Etkinlik Kararı Almadan Önce

5.3 Alınacak Önlemler



"Hepimizin ilk serveti sağlığıdır."

/ Ralph Waldo Emerson

Bölüm 5

5.1 YENİ NORMAL



Küresel salgının yarattığı koşullar ve teknolojinin de etkisiyle içeriklerimizi ve program akışımızı, online alışkanlıkları da hesaba katarak yeniden kurgulamamız gerekiyor. Online uygulamalar ve hibrit etkinlikler gibi, salgın öncesi hayatımızda da öne çıkan ancak daha az önceliklendirdiğimiz modeller artık gereklilik haline geliyor.

COVID-19 ile birlikte etkinliklerde güven kavramı öne çıkıyor. Kişi sayısının minimum düzeye indirildiği uygulamalarla, davetlilerin etkinlik esnasında kendilerini güvende hissetmeleri, sağlıklarının önemsendiğini fark etmeleri önceliğimiz oluyor. Bunun sonucu olarak, etkinlik mekanını belirlerken yer, boyut, yerleşim alanları, kapasite ve havalandırma sistemi gibi özellikler daha da önem kazanıyor. Etkinliklerin eskisi kadar kalabalık olmaması, kronik hastalığı olanlara, 65 yaş üstü davetlilere dijital platformdan katılım gibi olanaklar sağlanması, mümkünse etkinliklerin açık alanda yapılması, içerik açısından düşünülmesi gereken yeni detaylar olarak karşımıza çıkıyor. Kısacası, sosyal mesafe (1,5 metre), sağlık ve hijyen başlıkları, yüz yüze gerçekleşecek etkinliklerimizde belli bir dönem belirleyici olacak. Etkinliklerimiz artık Dünya Sağlık Örgütü ve T. C. Sağlık Bakanlığı'nın kriterlerine uygun şekilde yapılacaktır.

COVID-19'dan önce hayatımıza giren sanal gerçeklik salgın sonrası hayatımızda daha da önem kazanacak. Bütün bunlara rağmen, etkinliğin özgünlüğü ve içerik kalitesi, yine en çok üzerinde duracağımız başlıklar olacak.



5.1 YENİ NORMAL

Bölüm 5

5.2 ETKİNLİK KARARI ALMADAN ÖNCE



Markaların pazarlama ve iletişim ihtiyaçları her dönem süreklilik arz eder. Doğal felaketler ve küresel salgın gibi durumlarda bile iletişim ihtiyacı doğabilir. Marka lansmanı, ödül töreni ve basın toplantısı gibi başlıklarda aşağıdaki soruları cevaplandırmak karar alma sürecinde fayda sağlayacaktır.

Olağanüstü koşullarda klasik etkinlik organizasyonunun marka itibarına artıları ve eksileri neler olur?

Mevcut veriler, durumun ya da salgının kontrol altına alındığı konusunda ikna edici mi?

Etkinlik yerine online toplantı ya da webinar formatı hedefe ulaşmayı sağlamaya yetebilir mi?

Sosyal mesafe kurallarına tam olarak uyan, sınırlı sayıda basın mensubunun katılımıyla yapılacak bir basın toplantısı ihtiyacı karşılayabilir mi?

Kriz yönetimi başlığı altında gözden kaçan noktalar olabilir mi?



5.2 ETKİNLİK KARARI ALMADAN ÖNCE

Bölüm 5

5.3 ALINACAK ÖNLEMLER



Etkinlik her şeyden önce insan demek. Salgın döneminin öğrettiklerinden hareketle, etkinlik yönetiminde sağlık ve hijyen standartlarımızı yeniden tanımlamalı, ekiplerimizin ve konuklarımızın sağlığını her şeyin önünde tutmalıyız.

Kontrollü normalleşme sürecinde gerçekleştireceğiniz yüz yüze etkinliklerde, Dünya Sağlık Örgütü tarafından "pandemi" olarak sınıflandırılan Yeni Tip Koronavirüs (COVID-19) salgınının yayılmasını önlemeye yönelik olarak, aşağıdaki önlemleri almalısınız.

■ **Etkinlik** öncesi COVID-19 önlemleri için sorumlu personeli belirlemeli, bilgilendirmeli ve eğitmelisiniz.

■ **Etkinlik** mekanındaki salon, fuaye, yeme içme alanları, geri hizmet ünitelerinin bulunduğu bölgeler, giriş-çıkış noktaları ve sıra bekleme olasılığı olan her yer için ayrı ayrı "sosyal mesafe planı" hazırlamalı ve plana uygun düzenlemeler yapmalısınız. Sosyal mesafe planına uygun olarak belirlenen kapasite bilgisini mekan girişine asmalısınız.



5.3 ALINACAK ÖNLEMLER



■ Katılımcıların

COVID-19 tedbirleri ve uygulamalarına ilişkin bilgilendirilmeleri amacıyla, etkinlik girişinde ve kolayca görülebilecek yerlerde, uyulması gereken kurallar için görsel ve yazılı bilgilendirme panoları bulundurulmalıdır.

■ **Ziyaretçi**, seyirci ve katılımcılara, girişte, termal kamerayla veya temassız, ateş ölçümü uygulamalı, kişinin ateşi 38 dereceden yüksek ise etkinlik alanına almayarak, bir sağlık kuruluşuna yönlendirmelisiniz.

■ **Maske** kullanım zorunluluğu devam ettiği sürece, katılımcıların etkinlik alanında mutlaka maske takmalarını ve içeride bulundukları süre boyunca maskelerini çıkarmamalarını sağlamalısınız. Maskesi olmayanlara, girişte verilmek üzere yeterli sayıda maske bulundurulmalıdır.

■ **Etkinlik** mekan girişi, salon girişleri, danışma, vestiyer, gişe, fuaye alanı, yemek salonları gibi genel kullanım alanlarında, asansör başlarında ve genel tuvaletlerde el dezenfektanı bulundurulmalıdır.

■ **Etkinlikte** vale hizmeti veren personelin, araç teslim alma ve etme öncesi ve sonrasında ellerini uygun antiseptik ile temizlemesini, eldiven takmasını ve taşıtları maskeli kullanmasını sağlamalısınız.

■ **Vestiye** kullanımında her bir kullanıcıya temassız bir alan sağlayarak hizmet vermeli, bunu sağlayamayacağınız durumlarda bu hizmeti kaldırmalısınız.

■ **Asansörlerin** toplam kapasitesinin üçte birini geçmeyecek şekilde kullanılmasını sağlamalı, asansör içlerine 1 metre ara ile sosyal mesafe yer işaretleri yapıştırmalısınız.

■ **Fuaye** alanında oturma gruplarını seyrek tutmalısınız. Sergi, fuaye, fuar alanlarında kapasiteyi, "4 metrekareye 1 kişi" olacak şekilde belirlemelisiniz.



- **Toplantı** düzeninde, oturma alanını, "2 kişi arası 1,5 metre" olacak şekilde ayarlamalısınız.

- **Etkinlik** alanı koltuklarında kişiler arası her yönden bir koltuk boşluk bırakmalı, salon kapasitesinin %60'ını aşmamak kaydıyla, sosyal mesafe planına uygun oturma düzeni yapmalısınız.

- **Bulaş** riskini azaltmak ve filyasyon çalışması yapabilmek için, etkinliklerde oturma düzenini önden belirlemelisiniz.

- **Davetlilere**, salon içerisinde su haricinde içecek ve yiyecek izni vermeniz durumunda, (yeme-içme sırasında maske çıkarılacağından) aralarındaki sosyal mesafenin "her yönden 2 koltuk" olacak şekilde ayarlanmasını sağlamalısınız.

***Mekânın
klimalarını, %100
temiz hava
kullanıldığından
emin olmadan
açmamalıyız.***



5.3 ALINACAK ÖNLEMLER



■ **Salonları** etkinlik başlama saatinden en az 30 dakika önce hazır hâle getirmeli, etkinlik başlama saatinden önce salona kademeli olarak misafir alımını başlatarak, girişte yığılma olmasını engellemelisiniz.

■ **Etkinlik** arasında veya sonunda, salonun fiziki koşullarını göz önünde bulundurarak, konukların kapıya en yakın yerden çıkışını sağlamalı, kapı önünde yığılmayı engellemelisiniz.

■ **Tüm** alanların temizliği, yüzeyin niteliğine göre standartlara uygun ürün kullanılarak ve doğru sıklıkta yapılmalıdır. Bu uygulamaların izlenebilirlik kayıtlarını tutmalısınız.

■ **Tuvaletlerde** el kurutma fanlarını kapatarak kullanım dışı bırakmalı, tek kullanımlık kâğıt havlular sağlamalısınız. Bu alanlarda devamlı sıvı sabun, tuvalet kâğıdı ve kâğıt havlu bulundurmalısınız.



■ **Tesis** içerisindeki tüm klimaları, dışarıdan %100 temiz hava alacak şekilde çalıştırmalısınız. Klima kullanımında, T. C. Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi'nde belirtilen klima kullanım önlemlerine tam olarak uymalısınız.

■ **Davetlilere** kullanım için geçici olarak verdiğiniz her türlü cihaz ve ekipmanın açılmamış paketlerde sunulmasına dikkat etmelisiniz.

■ **Çay/kahve** makinesi, sebil ve içecek makinesi gibi aletlerde servis elemanı aracılığıyla servis yapmalısınız. Paketli gıda ve tek kullanımlık servis malzemeleriyle (mümkünse geri dönüşüme uygun) yiyecek ve içecek hizmeti sunmalısınız.

■ **Etkinlikte** konser verilecekse, sahnenin büyüklüğüne göre, sosyal mesafe kurallarına uygun şekilde, normalden daha az sanatçıya yer vermelisiniz.



■ **Çalışanların**, sunucu, konuk ve sanatçıların sağlık kontrolünü yaptırmalı, COVID-19 açısından izlenebilmesi için bilgi almalısınız.

■ **Etkinlik** alanında görev alacak bütün personele, özel salgın ve hijyen eğitimi vermelisiniz.

■ **Personelin** kullandığı araç, gereç ve ekipmanı (telsiz, bilgisayar, barkod okuyucu, ses/ışık panosu vb.) dezenfekte ettirmelisiniz.

■ **Mal** tedariki veya başka sebeplerle etkinlik alanına geçici olarak kabul edilen kişilerin temasının asgari düzeyde tutulmasına yönelik kurallar belirlemeli ve uygulamayı takip etmelisiniz.

■ **Tedarikçilerinizi** seçerken hijyen kurallarına uygunluğu önemli bir kriter olarak belirlemeli, bu konuyu koordinasyon toplantılarının en önemli maddesi haline getirmelisiniz.



157



5.3 ALINACAK ÖNLEMLER

Bölüm 6

DEĞERLENDİRME SÜRECİ

6.1 Bütçe Kapama

6.2 Ölçme ve Değerlendirme

6.3 Raporlama



"Değer verdiğiniz her şeyi ölçmeye çalışın."

/ Andy Hargreaves

Bölüm 6

6.1 BÜTÇE KAPAMA



Etkinliklerimizin başarısı yarattıkları etki kadar kullandıkları kaynak miktarıyla da ölçülür. Bu noktada sonuç maliyetlerinin hesaplanması büyük bir önem taşır. Etkinlik bittikten sonra bütçe kapatılırken aşağıdaki aşamaları uygulamalısınız:

Ajanslardan hesap kapamalarını almalısınız.

Gerçekleşen bütçe tablosunu hazırlamalısınız.

Sapmaları belirlemeli ve projenin finansal analizini yapmalısınız.

Sapmaları listelemeli ve bir sonraki etkinlik için göz önünde bulundurmalısınız.



Bölüm 6

6.2 ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME



Ölçme ve değerlendirme süreci, hem etkinliğimizin başarısını kayıt altına almak hem de sonraki etkinliklere örnek teşkil etmesi açısından hayati önem taşır.

Etkinlik ile ilgili eşzamanlı geri bildirimleri derlemelisiniz.

Etkinlik proje ekibi ile değerlendirme yapmalı, bir sonraki etkinlik için notlar hazırlamalısınız.

İş ortaklarının performansını değerlendirmelisiniz.

Memnuniyet ölçümü (mini anket vb.) yapmalısınız.

Dijital hareketliliği incelemeli, sosyal medya analizi yaptırmalısınız.

Etkinliğin medya yansımalarına bakmalısınız.

Ajans KPI çalışmasını unutmamalısınız.

Teşekkür mektupları hazırlatmalısınız.

Bölüm 6

6.3 RAPORLAMA



Etkinliğin sonuçlarının bir sonraki çalışmaya örnek teşkil etmesi sağlıklı raporlamayla mümkündür. Bir etkinlik ancak raporlama çalışması tamamlandığı gün bitmiş sayılır. Etkinlikten sonra oluşturacağınız raporlar:

Bütçe dahil etkinlik raporu

Sağlık ve hijyen kurallarına uyum raporu

Sıfır Bazlı Bütçeleme raporu

Çevresel etkiler raporu

Ayrıca düzenli olarak...

Holding ile uyumlu bir çalışma yürütebilmek ve farklı etkinliklerin çakışmasının önüne geçebilmek için, aylık (her ayın 3. haftası) ve yıllık raporlarınızı Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü'ne iletmelisiniz. Raporlama için Kurumsal Etkinlik Aylık Raporlama Formatını (bkz. [EK-7](#)) kullanabilirsiniz.



6.3 RAPORLAMA

EKLER

İndirmek için ikonlara tıklayabilirsiniz.



EK-1
Koç Topluluğu
Sürdürülebilirlik
Rehberi



EK-2
İş Sağlığı ve
Güvenliği
Kontrol Listesi



EK-3
Koç Holding
Ortak
Takvim



EK-4
İletişimde
Toplumsal Cinsiyet
Eşitliği Rehberi



EK-5
Medya İlişkileri
Basın Seyahatleri
Kılavuzu



EK-6
Koç Holding
Kurumsal Kimlik
Kılavuzu



EK-7
Kurumsal Etkinlik
Aylık Raporlama
Formatı



EK-8
Etkinlik
Güvenliği
Prosedürü



EK-9
Koç Holding
Sosyal Medya
Kılavuzu



SORULARINIZ İÇİN...

Etkinlik alanına dair tüm sorularınız ve destek talebiniz için Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü'yle temasa geçebilirsiniz, KoçHub'daki Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü sayfasını takip ederek iyi uygulama örneklerinden yararlanabilirsiniz:

-Link gelecek!-

- **OYA ÜNLÜ KIZIL**
Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Direktörü
oyau@koc.com.tr
- **ŞENİZ AKAN**
Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörü
seniza@koc.com.tr
0 (549) 562 01 02 / 0 (216) 531 03 84
- **YAĞMUR GÜRBAĞ**
Kurumsal İletişim Uzmanı
yagmurg@koc.com.tr
0 (531) 282 30 23 / 0 (216) 531 03 90





Koç Topluluğu Etkinlik Rehberi,
Koç Holding Kurumsal Etkinlikler ve Proje Koordinatörlüğü
tarafından hazırlanmıştır.
© 2020