

Avance Comunicación analiza los aspectos clave para la organización de eventos corporativos

Con casi tres décadas en el sector de la comunicación y el marketing, la agencia ha organizado, a lo largo de su trayectoria, todo tipo de eventos de empresa

Avance Comunicación, agencia de servicios integrales de comunicación y marketing analiza los aspectos clave de la organización de eventos, disciplina que ha cambiado sustancialmente en los últimos años, debido a la introducción de aspectos como las innovaciones tecnológicas y la sostenibilidad.

Actualmente, ya no basta con realizar una simple planificación del evento y la reserva del espacio, sino que entran en juego muchos otros factores, que se deben tener en cuenta. Según los responsables de Avance Comunicación, hay cinco aspectos fundamentales a la hora de organizar un evento.

Planificar el coste en función de la partida presupuestaria disponible es muy recomendable y, posteriormente, contratar los distintos servicios sin excederlo. Parece una obviedad, pero, en ocasiones, los gastos variables y los imprevistos de última hora pueden disparar el presupuesto final de un evento. Por ello, debe planificarse el gasto según las partidas fijas, variables y de última hora o imprevistos. Las partidas fijas se refieren a instalaciones y servicios que no dependan del número de asistentes. Los gastos variables son los asociados al número de personas, como restauración, alojamiento, regalos promocionales, etc. Por último, es necesario contar con una partida para gastos imprevistos.

El segundo aspecto es realizar una apropiada planificación. En esta fase es necesario tener en cuenta todos los aspectos, desde el objetivo del evento, asistentes, acciones de difusión y marketing, comunicación y protocolo, incluyendo la fecha, horario, programa y todos los servicios necesarios, como ubicación, actividades, decoración, medios técnicos, personal necesario, etc. Calcular bien los tiempos y el plan de montaje es muy importante, así como realizar un ensayo previo para garantizar que el plan diseñado es el correcto.

Un tercer aspecto es conseguir que el público objetivo se interese por asistir al evento. Para ello, la comunicación y el protocolo deben cuidarse especialmente. La promoción del evento puede incluir medios de comunicación, colaboración con patrocinadores, campañas en redes sociales e incluso una landing concreta. La convocatoria de los asistentes es, por ello, especialmente importante y requiere un tratamiento específico en función del tipo de invitados (clientes, público general, autoridades, celebrities o influencers, medios de comunicación, etc.)

Durante la celebración del evento deben llevarse a cabo, puntualmente, todos los aspectos definidos en la planificación. Para ello es necesario reunirse con todos los actores involucrados (catering, montadores, técnicos, personal auxiliar, etc.) y realizar una cuidadosa coordinación del montaje, desarrollo y desmontaje del acto.

Por último, una vez finalizado el evento, es necesario realizar un análisis de los resultados, incluyendo el retorno de la inversión. Para evaluar el evento es interesante la opción de enviar un cuestionario a los asistentes, para conocer su opinión o bien, entregarlo durante su celebración. También deberán tenerse en cuenta los fallos que se hayan cometido y, por supuesto, los aciertos, para poder tomar decisiones de cara a futuros proyectos.

Datos de contacto:

Noelia Perlacia
915191005

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>