



0 autorze



IWONA CZARNATA

Od ponad 26 lat związana jest z branżą techniki eventowej. Od 2016 r. zarządza firmą VES na stanowisku dyrektor zarządzającej. Jako jedyna kobieta w branży jest laureatką nagrody MP Power Awards – osobowość roku – dostawca multimedialnej VES zapewniał m.in. oprawę multimedialną Open'er Festival, Ceremonii Otwarcia The World Games, Kongresu 590, prezentację ramówek telewizyjnych TVN czy też oprawę multimedialno-oświetleniową Gali Paszporty Polityki.

Wszystkie teksty autora

11 pytań, jakie warto zadać, tworząc oprawę techniczną wydarzenia

Opowiedz mi jak wyobrażasz sobie ten event, a ja powiem jak to zrobić – czyli o przenoszeniu koncepcji wydarzenia na rozwiązania technologiczne.

Event managerowie codziennie kreują nowe wydarzenia. Często już na etapie tworzenia samego pomysłu pojawia się pytanie „czy to się w ogóle da”. Na to pytanie mogą odpowiedzieć specjaliści w danej dziedzinie, partnerzy. Dostarczając im odpowiednich informacji, odpowiadając na pytania i zadając dodatkowe – można wspólnie realizować najbardziej kreatywne i z pozoru niemożliwe rzeczy.

Po co pytać? Aby wiedzieć, o czym tak naprawdę rozmawiamy, uświadomić każdej ze stron potrzeby i możliwości, a w efekcie uzyskać niebanalny event w niecodziennej oprawie multimedialnej. Warto pamiętać, że im więcej szczegółów uda się ustalić na etapie kreacji, tym lepiej dla efektu końcowego. Event patrząc od strony technicznej to zamknięty schemat poszczególnych elementów, których funkcjonowanie zależne jest od innych jego składowych. Łatwiej budować schemat od pierwszego spotkania w sposób świadomy niż później dokonywać gwałtownych zmian w trybie last minute, które niejednokrotnie na etapie projektowania nie stanowiłyby problemu, a dzień przed eventem mogą okazać się niemożliwe do zrealizowania lub wręcz spowodować zagrożenia dla bezpieczeństwa jego realizacji. Poniżej przedstawiamy 11 pytań, które warto zadać, tworząc oprawę techniczną wydarzenia.

1. Co macie nowego?

To pytanie, które najczęściej otwiera dyskusję pomiędzy agencją a techniką eventową. Czy jest zasadne? Pewnie tak, pytanie czy agencja ma świadomość tego, czego tak naprawdę potrzebuje. Technika eventowa powinna być narzędziem w osiągnięciu określonego celu, a nie celem samym w sobie. Stąd też często odpowiedzią jest kolejne pytanie o występującą potrzebę.

2. A czego potrzebujecie?

Nie oznacza to, że rozmówca oczekuje pełnej specyfikacji technicznej eventu – wręcz przeciwnie, oczekuje, jedynie albo aż, informacji, które pozwolą dobrać odpowiednie rozwiązania, aby założenia eventu zostały właściwie zrealizowane. W tym miejscu rozmowa o oprawie wizualnej eventu zaczyna się od nowa, a odpowiedzi na kolejne, bardziej szczegółowe, pytania szkicują kolejne opcje oprawy multimedialnej.

3. Jak sobie to wyobrażasz?

Pomysł na event, jego zarys, cel, nawet najbardziej ogólny i abstrakcyjny otwiera dyskusję i pozwala rozpocząć planowanie poszczególnych elementów techniki eventowej wydarzenia, zależnych nie tyle od samej idei, ale od czynników zewnętrznych m.in. miejsca, przestrzeni czasowej itp...

4. Czy znane jest już miejsce?

Pierwszym elementem determinującym dobór wykorzystywanych technologii i budżetu przeznaczonego na technikę eventową jest miejsce. To samo wydarzenie w dwóch różnych obiektach będzie wymagało zupełnie innego podejścia do techniki eventowej. Porównajmy, chociażby hale targowe, hale telewizyjne i przestrzenie eventowe w hotelach. Już na pierwszy rzut oka widać różnicę. Od tego, jakie możliwości (m.in. wielkość, wysokość, konstrukcja) i ograniczenia (np. czasowe – praca w godzinach nocnych) daje nam obiekt, zmianie ulegać będzie technologia, czas montażu, liczba osób, dodatkowe wyposażenie (np. podnośniki). Przykład: konstrukcja hal pozwala na bezpośrednie podwieszenie sprzętu do jej szkieletu, w hotelu ten sam projekt np. oświetlenie będzie wymagał dodatkowej konstrukcji eventowej.

5. Ile mamy czasu na montaż?

Pytanie o czas również jest zasadne ze względu na planowanie liczby sprzętu, wykorzystywanych rozwiązań multimedialno-oświetleniowych oraz stopnia ich złożoności. Im mniej czasu na poszczególne elementy, tym więcej osób musi wziąć udział w przygotowaniu eventu, o ile oczywiście jest to możliwe ze względów logistycznych i samego miejsca.

Wiedząc już, gdzie jesteśmy i ile mamy czasu należy zadać sobie kolejne pytanie.

6. Jaki charakter ma mieć wydarzenie?

Mówiąc o charakterze wydarzenia, warto zwrócić uwagę na jego rodzaj, sposób usadzenia gości, zaplanowane wystąpienia gwiazd – te elementy również mają swoją odbicie w proponowanych rozwiązaniach (raidery techniczne artystów mogą wprowadzać pewne ograniczenia lub narzucać pewne rozwiązania). Już samo ustawienie sali należy uwzględnić w planowaniu i przebiegu montażu. Ta wiedza jest szczególnie ważna w pierwszej fazie „budowania” eventu, kiedy na miejscu ekipy techniczne dokonują szczegółowych pomiarów, ustalania punktów podwieszeń pozycji i ustawiania kolejnych elementów scenograficznych.

7. Jak wygląda logistyka i harmonogram techniczny wydarzenia?

„Poukładanie” wszystkiego w czasie – zarówno podczas montażu, jak i demontażu jest czynnikiem, który wpływa na jakość pracy, przygotowanie i bezpieczeństwo realizacyjne eventu. Firmy techniki eventowej wiedząc, ile mają czasu na montaż i demontaż, mogą, w sposób przemyślany, żonglować poszczególnymi etapami budowania i rozbierania eventu, aby wszystko się zazębiało i przebiegało sprawnie. Co więcej posiadając tę wiedzę mogą wyeliminować z założenia nierealne ze względu czasowych rozwiązania, wprowadzając inne równie bądź bardziej efektowe, ale lepiej dopasowane do czasoprzestrzeni.

8. Czy na miejscu jest zaplecze techniczne?

Odpowiedź na to pytanie również ma wpływ na planowanie pracy, czas i liczbę zaangażowanych techników. Zaplecze techniczne na miejscu eventu, w bezpośrednim jego sąsiedztwie, przyspiesza zarówno zakończenie montażu, jak i cały demontaż. Brak takiej przestrzeni na miejscu generuje konieczność zaplanowania dodatkowych samochodów transportowych, osób, ale również czasu i budżetu.

Kiedy wiemy już, w jakiej przestrzeni eventowej się poruszamy, czas na kolejne trudniejsze pytania...

9. Jak zostaną przygotowane materiały?

Jest to kluczowe pytanie, jeżeli chodzi o dobór technologii. Myśląc o oprawie multimedialnej, musimy albo dobrać ją pod posiadane materiały, albo stworzyć materiały pod konkretne parametry zastosowanych technologii. Jest to tym bardziej istotne, że pracujemy coraz częściej w środowisku wysokich rozdzielczości i pominięcie tego pytania na etapie kreacji sprawi, że możliwości technologii nie zostaną w pełni wykorzystane lub co gorsze przedstawiony content będzie źle wyglądał podczas samej realizacji.

10. Jak zapewnić bezpieczeństwo realizacji?

Odpowiedzi na powyższe pytania każdej ze stron mają zapewnić dwie rzeczy, osiągnięcie założonych celów w sposób profesjonalny wyróżniając się niebanalnymi rozwiązaniami i wysoką jakością pracy i współpracy oraz zapewnić bezpieczeństwo realizacji. **Jak to zrobić?** Właśnie dokładana analiza odpowiedzi na konkretne pytania, zderzenie wyobrażenia z możliwościami czasowo-przestrzennymi sprawia, że agencja eventowa oprócz skrojonych dokładanie na swoje potrzeby zaawansowanych rozwiązań technologicznych otrzymuje również bezpieczeństwo realizacji, które jest szczególnie istotne w przypadku niestandardowych rozwiązań.

11. Jaki jest budżet?

Jest to ostatnie pytanie, jakie zawsze pojawia się na spotkaniach – i nie należy się oszukiwać, że jest inaczej. Różnica zaczyna się w analizie uzyskanej informacji. Informacja o wysokości budżetu, miejscu, przestrzeni czasowej, pomysły, materiałach pozwala wybrać i dopasować najlepszą z możliwych dla klienta opcji. Opcji, która spełni oczekiwania jego, jego klientów i uczestników wydarzenia, ale będzie również dla niego bezpieczna realizacyjnie od początku do końca. Z drugiej strony klient dostaje konkretną odpowiedź, skąd pochodzi dana wartość i ma świadomość, że również on poprzez inny harmonogram pracy, miejsce, czas potrzebny na montaż i demontaż może wpływać na jej wysokość.