

MashUp – Christmas Special

Impact Hub Brno ve spolupráci s Kryštofem Látalem - Community Builder

Cílem této události je, dát lidem možnost nahlédnout do kuchyně a také rovnou pod pokličku těch nejzajímavějších podnikatelských záměrů. Například projektů, které v roce 2019 předstoupili před publikum brněnských MashUpů a získali jejich největší potlesk. Celá akce bude koncipovaná tak, aby „teorii“ řečnických vystoupení z MashUpů doplnila živá ochutnávka toho, co další zajímavé projekty dělají a v čem jsou výjimeční. MashUp Christmas Special bude bohatým rautem plný těch nejzajímavějších projektů z uplynulých MashUpů ve spojitosti s klasickými prezentacemi před publikem. Veřejnost i projekty, včetně Impact Hubu samotného, každý si na tomto speciálu přijde na své. Všichni na tomto bohatém rautu najdou své oblíbené jídlo. Co konkrétně to bude, rozvádím v další části mého návrhu pro koncept MashUpu Christmas Speciálu.

Faktická data:

- *termín konání akce:* 28.11.2019
- *předpokládaná účast:* 100 lidí včetně vystavovatelů
- *předpokládaný počet vystavujících projektů:* 16 (8 prezentací a 8 vystavujících stánků)

Co se na akci bude dít:

1. Prezentace nejzajímavějších projektů (za MashuPy 2019)

- vystavující projekty dostanou možnost (námi vytvořený prostor) ještě víc se prezentovat veřejnosti a ukázat lidem jaké reálné produkty nebo služby za nimi stojí. Lidé budou moci na každém stánku bezplatně nebo za zvýhodněných podmínek „ochutnat“, to co tyto projekty dělají.
- kromě ochutnávky bude mít každý z hostů příležitost s podnikateli interagovat podle svých potřeb (např. formou kreativních kartiček, tedy určitých podnětů, kterým dáme lidem návrh co můžou dělat a zjednodušíme jim samotnou interakci na stánku, společně s prvkem gamifikace se stane akce zajímavější a zábavnější - vysvětlím níže).

Např. podnikatelé / freelanceři budou chtít vědět: jaký byl váš bod zlomu, tedy kdy jste dostali poprvé za vaši službu zapláceno (přišel první zákazník). Jaký byl váš největší fuckup ze kterého jste se poučili? Nebo: „chci vám nabídnout pomoc

formou mé služby, pojdme si k tomu říct víc”.

Veřejnost se bude více ptát na to: „jak jste začínali, jaký je váš podnikatelský příběh ve 3 minutách. Zajímavost ze zákulisí - co na vašich stránkách nenajdu atd.”

2. Mini workshopy

- V úvahu přichází 2-3 mini workshopy, které se odehrají paralelně s celou akcí v bočních zasedáčkách nebo kdekoliv v prostorách Hubu.
- Oživí prostor svou kreativitou a získají pro nás další pozornost veřejnosti a zvýší návštěvnost lidí.
- Mini workshopy nás nemusí nic stát. Naopak, můžeme z těchto bezplatných aktivit odborníků těžit nebo „po nich něco chtít”. Opět platí, že uspořádání živých akcí je nejnáročnější a finančně nákladnější formou prezentace než je online propagace. Proto kdokoliv kdo ji dnes dokáže (kvalitně) vytvořit má možnost určovat si v dobrém slova smyslu podmínky.
- Bude to další benefit pro lidi, jejichž pozornost chceme získat a dostat je na akci.

3. Gamifikace / soutěž o hlavní ceny

- Gamifikace je jednou z nejučinnějších nástrojů pro vytváření pozitivních emocí u lidí navštěvující podobné meetingy. Stimuluje u nich specifická mozková centra, které navozují pocit štěstí a vzrušení.

Možný princip hry: každý nově příchozí člověk dostane od nás kartičku s šesti políčky (něco podobného jsem validoval na akci Supertalks - význam komunit). Pokud budeme počítat s tím, že na veletrhu bude minimálně 12 vystavujících projektů, tak cílem každého návštěvníka bude zastavit se alespoň u šesti stánků. Kartička bude mít právě 6 políček na nalepení 6 různými nálepkami. Každému stánku s projektem dáme jeho unikátní nálepkou, kterou bude návštěvníkům dávat za to, když s nimi „budou nějak interagovat”. Například tak, že jim položí vlastní, nebo námi předpřipravenou otázku (viz. co se na akci bude dít) a poslechne si její odpověď. Každá hrací karta se šesti nálepkami bude slovosatelna o „hlavní” ceny. Ty můžeme získat od sponzorů, potažmo se domluvit s některými projekty, které budou chtít na veletrhu být a cenu nám věnují. Ceny do této soutěže můžou přijít i od některých členů Impact Hubu, nebo i od nás samotných.

4. Ochutnávka jídla / catering

- Každou akci zpříjemní dobré občerstvení. Měli bychom využít toho, že celá událost je prezentací podnikatelských nápadů, mezi které bez pochyby patří i ty z oblasti gastru. Naším cílem by mělo být tyto „gastro projekty” na veletrh pozvat a výměnou za participaci na veletrhu (viz. co to projektům přinese), chtít od nich přípravu občerstvení. Buď úplným bartrem, nebo částečným, s tím že bychom suroviny zaplatili. Díky tomu za minimální náklady v takovém rozsahu získáme maximální

užitek a zároveň dodržíme koncept celé akce - představit projekty jak fungují v praxi.

Co nám to přinese:

- IMPACT HUB BRNO
 - Kontinuální PR, které znovu podpoří povědomí o značce Impact Hub v Brně a znovu ho tím dosadí do role hlavního hráče na poli coworkingových center. Potvrdí tím svoje místo, jako instituce, která aktivně podporuje podnikatelské záměry a jejich růst (nejen) v ČR.
 - Touto akcí si získá loajalitu projektů a jejich zástupců, kteří se budou na akci prezentovat. Může jim (znovu) prodat své členství v jakémkoliv podobě nebo jim nabídnout účast v podnikatelských akcelerátorech. Impact Hub dává něco navíc a tím pádem může něco navíc od projektů chtít, je to obchod.
 - Impact Hub může do akce zahrnout i další sponzory, kterým nabídne za minimálně finanční participaci maximální užitek a prostor pro jejich prezentaci (z akce budeme kromě fotografií pořizovat i promo video s možností na závěr umístit loga sponzorů)
 - Impact Hub získá na realizaci a pokrytí nákladů této akce 50 000,-, které může maximálně využít pro potřeby zviditelnění se a zároveň zahrnutí této události do konceptu prodejních nástrojů svých produktů a služeb, které nabízí.
- PROJEKTY
 - Připravený a kompletně zajištěný prostor pro jejich prezentaci v „reálném světě“. Oproti online prezentacím je podobná živá akce dnes finančně i energeticky nejnáročnější forma prezentace a proto je také tolik cenná.
 - Na akci přijdou desítky lidí, kteří poznají oproti MashuPům, jaké jsou přínosy projektů ještě víc do hloubky. Myšlenky podnikatelských projektů budou nadšení návštěvníci dál ve světě šířit nebo se stanou jejich novými zákazníky.
 - Projekty od nás dostanou veškeré PR materiály, který využijí pro svou online prezentaci s „neomezeným dosahem“. Budou tak sdílet fotky (garantované pro každý projekt od našeho profi fotografa) nebo videa na svých sociálních. Případně využijí možnosti živého vysílání z místa akce. Každý „chce být totiž součástí podobného akce“ s velkou koncentrací lidí. Můžeme projektům v podmínkách nastavit, co všechno od nich v rámci sdílení PR materiálu, který jim dáme k dispozici, chceme.
 - Další benefity pro projekty jsou k diskusi a tvém návrhu ze strany Impact Hubu.
- VEŘEJNOST
 - Očekáváme že značnou část návštěvníků budou tvořit lidé podporující tyto projekty: jejich rodinní příslušníci a známý. Kdyby za každý prezentovaný projekt přišlo „pouze 5 lidí“ je to minimálně 60 návštěvníků na veletrh. Při tom jak budeme zástupce projektů zvat, upozorníme je aby si o podporu „svých komunit“ řekli a na veletrh je pozvali.

- Veřejnost zajímaví se o podnikání bude mít příležitost získat know how a poznat reálné podnikatelské příběhy lidí, kteří mají první úspěchy za sebou. A ti jim také řeknou, jaká cesta k nim vedla.
- Pokud do veletrhu přineseme prvky gamifikace (rozeberu níže), mohou lidé soutěžit o zajímavé (hlavní ceny) od sponzorů nebo od nás. Takhle možnost je výborným magnetem jak získat větší pozornost určitého typu publika. Ceny samy o sobě nás nemusí nic stát, nebo jen zlomek všech nákladů.
- Naším cílem bude na veletrh připravit takový catering, aby lidem zpříjemnilo jejich návštěvu a podtrhlo užitnost námi vytvořeného prostředí. Ideálním řešením bude pozvat na veletrh takové projekty, které se zabývají gastro zážitky. Za příležitost, že se budou moci aktivně při servírování cateringu promovat a s lidmi interagovat „pro jejich business“ budeme očekávat přípravu jídla. V úvahu přichází i „symbolický“ příspěvek na pokrytí nákladů s nákupem surovin. Dokážu si představit, že za cenu max. 7 tisíc korun získáme full občerstvení na celou akci.
- V případě, že veletrh bude „protkaný“ i paralelně probíhajícími „mini workshopy“ v okolních zasedačkách, bude tohle další zajímavý program a odpověď pro veřejnost, proč přijít.

Jaké jsou moje povinnosti a co je primárně vyžadováno od vás:

1. KRYŠTOF - COMMUNITY BUILDER

- odpovědnost za organizační a kreativní část celé akce
- ve spolupráci s týmem Impact Hubu odpovídám za přípravu a průběh události na místě
- moderování (společně s kýmkoliv dalším) pokud to bude koncept akce vyžadovat
- potom co si potvrdíme pozvané projekty, budu s nimi v kontaktu ladit detaily a připravovat je na průběh celé události
- zajištění fotografa a kameramana
- konkrétní a konstruktivní feedback na veškeré grafické materiály a obsah týkající se akce

2. IMPACT HUB BRNO

- jmenování kompetentní osoby se kterou budu v rámci přípravy a realizace spolupracovat
- odpovědnost za pozvání projektů (včetně těch se zaměřením na gastro), které se budou na chtít na akci prezentovat a zapojit se
- zajištění prostor na samotnou akci včetně techniky a dalšího potřebného vybavení
- zapojení se do získání (sponzorských) dáreků, případně jiných forem odměn v rámci gamifikace
- potřebná personální podpora v den konání akce

- zapojení do procesu výběru a oslovování hostů (mini workshopy ad.) včetně jiných osobností, které mají být na události žádou

Kryštof Látal
Community Builder

V Brně 2.10.2019