

inMOLA

Etkinlik Yönetim

Rehberi

Sürdürülebilir, verimli ve ölçülebilir inMOLA etkinlikleri için standartlar, kontrol listeleri ve iyi uygulamalar: fiziksel, online ve hibrit

Sürüm 1.0 | 2026
inMOLA Teknoloji Yazılım Hizmetleri A.Ş. | inmola.com

İçindekiler

Giriş	4
Bu rehberin amacı	4
Rehberden kim faydalanmalı?	4
Kurucumuzdan bir not	4
Bölüm 1: Sürdürülebilir Etkinlik Yaklaşımı	5
1.1 Enerji kullanımı ve sera gazı azaltımı	5
1.2 Malzeme tüketimi ve atık azaltımı	5
1.3 Sorumlu ve yerel satın alma.....	6
1.4 Takip, raporlama ve iletişim	6
Bölüm 2: Verimlilik Bakış Açısı	8
2.1 Bütçe verimliliği	8
2.2 Sıfır bazlı bütçeleme	8
2.3 Etkinlik yatırımının geri dönüşü	9
Bölüm 3: Etkinlik Yönetimi: Genel Yaklaşım.....	10
3.1 Konumlandırma	10
3.2 Etkinlik tipi	10
3.3 Hedef kitle	10
3.4 Stratejik mesaj.....	11
3.5 Etkin bir iletişim için	11
3.6 Takvim yönetimi	12
3.7 Etkinlik kriz yönetimi	12
3.8 İtibar riskleri.....	12
3.9 Operasyonel riskler	13
3.10 Doğal afet riski	13
3.11 Medyaya açık etkinlikler	14
3.12 Protokol yönetimi.....	14
3.13 Şirket içi koordinasyon	14
3.14 Hukuk koordinasyon listesi.....	15
3.15 İş sağlığı ve güvenliği	15
Bölüm 4: Fiziksel Etkinliklerin Yönetimi	16
4.1 Ajans ve tedarikçi seçimi	16
4.2 Ajans brief	16
4.3 Ajans de-brief	16
4.4 Sözleşme uyarıları	17
4.5 Proje ekibi	17
4.6 Davetli yönetimi	17
4.7 Davetiye	18
4.8 Fotoğraf ve video çekimi	18
4.9 Mekân ve zaman planı	19

4.10 İçerik yönetimi	19
4.11 Provaya hazırlık	19
4.12 Prova kontrol listesi	20
4.13 Etkinlik günü adımları	21
4.14 Genel doğrular	21
4.15 Fuarlar ve standlar	22
Bölüm 5: Online ve Hibrit Etkinliklerin Yönetimi	23
5.1 Avantajlar, dezavantajlar ve karşılaştırma	23
5.2 Genel yaklaşım	23
5.3 Hazırlık süreci	23
5.4 Webinar kontrol listesi	24
Bölüm 6: Sağlık, Güvenlik ve Olağanüstü Durumlar	25
6.1 Yüz yüze etkinlik kararı almadan önce	25
6.2 Sağlık riski dönemlerinde alınacak önlemler	25
6.3 Erteleme ve iptal	26
Bölüm 7: Değerlendirme Süreci	27
7.1 Bütçe kapama	27
7.2 Ölçme ve değerlendirme	27
7.3 Raporlama ve öğrenimlerin paylaşımı	27
7.4 Etkinlik karnesi	27
Ek: Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi	29
1. Mekân	29
2. Yemek servisi (catering)	30
3. Sergiler ve standlar	30
4. Enerji ve su verimliliği	31
5. Atıklar	31
6. İletişim ve sosyal hususlar	32

Giriş

Bu rehberin amacı

inMOLA Etkinlik Yönetim Rehberi; 20 kişilik bir yuvarlak masa toplantısından ürün lansmanına, fuar standından küresel bir webinarı kadar inMOLA'nın düzenlediği, ortak düzenlediği veya katıldığı tüm etkinlikler için geçerli standartları ve protokolleri tarif eder. Uluslararası iyi uygulamalardan yararlanılarak inMOLA'nın ölçeğine, hızına ve veriye dayalı kültürüne uyarlanmıştır.

Ana amaçlarımız:

- Tüm etkinliklerin ve etkinliklerle bağlantılı iletişim faaliyetlerinin inMOLA'nın vizyonu, stratejisi ve iletişim diliyle uyumlu olmasını sağlamak; bu süreçlerde değerlerimize ve hassasiyetlerimize öncelik vermek
- inMOLA markasının değerini ve itibarını koruyan ve güçlendiren işler hayata geçirmek
- Etkinliklerin çevresel ayak izini azaltarak iklim değişikliğiyle mücadelede katkıda bulunmak
- İnsan haklarına, toplumsal cinsiyet eşitliğine ve kapsayıcılığa duyarlı uygulamalarla örnek olmak
- Yaratıcılığı deneyimle harmanlayan, iyi örneklerden yararlanan dengeli ve başarılı etkinlikler yaratmak
- Sıfır bazlı bütçeleme yaklaşımıyla kaynakları en verimli şekilde kullanmak
- Planlama aşamasından itibaren dijital ve sürdürülebilir alternatiflere öncelik tanımak, sorumlu satın alma tercihleri yapmak
- **Her etkinliği veriyle ölçmek:** KPI'ları baştan belirlemek ve sonuçları raporlamak; müşterilerimizden beklediğimiz gibi
- Önleyici adımlarla kapsamlı iş planları yapmak; buna rağmen oluşabilecek sorunlarda hızlı ve tutarlı hareket etmek

Rehberden kim faydalanmalı?

inMOLA adına etkinlik planlayan, onaylayan veya etkinlikte görev alan herkes (pazarlama, satış, ürün, iş ortaklıkları ve yönetim) ile bizimle çalışan ajans, mekân ve tedarikçiler. Ortak programlar kapsamında (örneğin teknoparklar, üniversiteler veya kamu kurumlarıyla) etkinliğe ev sahipliği yapan iş ortaklarımızdan da aynı ilkelere uymaları rica edilir.

Kurucumuzdan bir not

Etkinlikler, insanların markamızla yüz yüze tanıştığı yerlerdir. inMOLA'nın sıradan bir yazılım şirketi mi, yoksa pazarlamayı derinlemesine anlayan ve kitlesinin zamanına saygı duyan bir ekip mi olduğuna orada karar verilir. Her etkinlik aynı zamanda bir öğrenme fırsatıdır: alışkanlıkları sorgulamak, yeni bir şey denemek ve neyin gerçekten işe yaradığını ölçmek için.

Bir etkinlikte inMOLA'yı temsil eden herkesten bu rehberi kullanmasını ve her etkinlikten sonra onu geliştirmemize katkı sunmasını rica ediyorum.

Erkan Terzi · Kurucu & CEO, inMOLA

Bölüm 1: Sürdürülebilir Etkinlik Yaklaşımı

“Her etkinlik iki iz bırakır: biri insanların zihninde, biri gezegende. Bizim işimiz birincisini derinleştirmek, ikincisini hafifletmek.” / Erkan Terzi

İklim değişikliği, etkinliklerin yeniden tasarlanmasını zorunlu kılıyor. Her etkinlik enerji, malzeme, yemek, ulaşım ve tedarikçilerle ilgili yüzlerce karar içerir ve her biri ayak izimizi azaltmak için bir fırsattır. Etkinlikler aynı zamanda fırsat eşitliğini ve toplumsal cinsiyet eşitliğini desteklemek ve sivil toplumu güçlendirmek için de birçok fırsat barındırır.

Aşağıdaki pratik önerilerin yanı sıra Ek'te yer alan, Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın ***Sürdürülebilir Etkinlik Rehberi*** referans alınarak hazırlanan **Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi**'ni kullanın.

1.1 Enerji kullanımı ve sera gazı azaltımı

- Online veya hibrit format hedefe ulaşmayı sağlıyorsa onu tercih edin; emisyon tasarrufu sağladığı bilinir
- Planlama aşamasından itibaren etkinliğin hangi boyutlarının emisyonu açacağını (ulaşım, mekân enerjisi, ikram, prodüksiyon) belirleyin ve azaltacak değişiklikleri değerlendirin
- Isıtma, soğutma ve aydınlatma ihtiyaçlarını irdeleyin; gereksiz ışık ve ekran kullanımından kaçının
- İçerik üretimi (özellikle video) ve canlı yayın için harcanan enerjiyi de hesaplamalara dahil edin; online oturumları makul sürede tutun
- Karbon salınımı düşük ikram seçeneklerine öncelik verin; mönüde et kullanımını azaltmak emisyonu önemli ölçüde düşürür
- Düşük karbonlu ulaşımı teşvik edin (mümkünse uçak ve araç yerine tren); seyahatini kendisi planlayan katılımcıları bilgilendirin
- Personel ve malzeme taşımada araç sayısını en aza indirin; emisyon hesabı için araç türü ve kilometre bilgisini kaydedin
- Jeneratör kullanılıyorsa yakıtını hesaplamaya dahil edin
- Konaklamalı etkinliklerde misafirlere havlu ve nevresimlerin her gün değiştirilmesini talep etmemelerini rica edin

1.2 Malzeme tüketimi ve atık azaltımı

- İkramlarda gereğinden fazla çeşit ve porsiyon siparişinden kaçının
- Tek kullanımlık plastiklerden (pet şişe, plastik bardak ve tabak) uzak durun; sebil, sürahi ve cam bardak bulundurun
- Oturma düzenli yemeklerde su bardaklarının önceden doldurulmamasını, istek üzerine servis edilmesini isteyin
- Dekor ve standlarda plastik ve vinil yerine doğal, geri dönüştürülebilir ve tekrar kullanılabilir malzemeleri (ahşap, mukavva, kâğıt) tercih edin

- Kamera karşısında ahşap dekor ve saksı bitkileriyle sade bir set, büyük bir LED ekrandan çoğu zaman daha iyi görünür
- Basılı davetiye, broşür ve bloknot ihtiyacını sorgulayın; dijital versiyonları ve QR kodları kullanın
- Yaka kartı gerekiyorsa tarihsiz, tekrar kullanılabilir tasarımlar ya da QR kodlu kiosklar tercih edin
- Hediye ve promosyon ürünlerinin gerekli olup olmadığını gözden geçirin; gerekliyse sayıları iyi planlayın ve sosyal sorumluluk alternatifini değerlendirin
- Ayır geri dönüşüm kutuları (plastik, cam, kâğıt) kurun
- Yenilebilir durumdaki gıda fazlasını gıda bankalarına veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlara bağışlayın

1.3 Sorumlu ve yerel satın alma

- Geri dönüştürülmüş, klorsuz ve FSC sertifikalı kâğıt ürünlerini tercih edin
- Sertifikalı, çevre dostu temizlik ürünleri kullanın
- İkram firmasıyla mönüde de belirtilecek şekilde belirli oranda yerel, mevsimsel, organik ve/veya Fair Trade ürün kullanımı konusunda anlaşın
- Sürdürülebilir üretim yapan tedarikçileri tercih edin
- Mümkün olan her noktada sivil toplum kuruluşlarını, kadın girişimcileri ve yerel kalkınmayı destekleyen hizmet alımına öncelik verin; inMOLA'nın birlikte çalıştığı ekosistemlerdeki girişim ve KOBİ'ler dahil

1.4 Takip, raporlama ve iletişim

Etkinliğin başından sonuna kadar şu başlıklarda sayısal veri toplayın:

Alan	Kaydedilecekler
Ölçek	Etkinlik süresi, katılımcı sayısı (kayıtlı, katılan, online)
Kaynaklar	Kullanılan malzemeler, basılı materyaller, tekrar kullanılan ürünler
Atık	Atık miktarı ve türü, geri dönüşüm oranı, bağışlanan gıda
Enerji ve su	Mekânın enerji ve su tüketimi, yayın saatleri
Ulaşım ve taşıma	Katılımcı ve personel seyahatleri, araç türü ve kilometre
Paydaşlar	Paydaşların katılımı ve tutumu, yerel üretici ve KOBİ oranı

- Referans olarak uluslararası standartları kullanın: **ISO 20121** (etkinlik sürdürülebilirlik yönetim sistemi) ve **PAS 2060** (karbon nötrlüğü: ölç, azalt, dengele, doğrula)
- Etkinlik sonrasında geri dönüşüm oranlarını ve çevresel ayak izini, geleneksel bir etkinlikle farkı ortaya koyarak katılımcılarla ve çalışma arkadaşlarınızla paylaşın
- İyi örneklerle inMOLA'nın kamuoyu iletişiminde yer verin; başkalarına ilham olsun

- Ajans ve tedarikçilere etkinlik öncesinde her işte sürdürülebilir alternatifler beklediğinizi bildirin
- Etkinlik sonrasında nihai ayak izini hesaplayın ve bir sonraki etkinlik için referans olarak kullanın

Bölüm 2: Verimlilik Bakış Açısı

“Bütçe harcadığınız şey değil, verdiğiniz karardır.” / Erkan Terzi

Büyüyen bir şirket olarak bir etkinliğe harcadığımız her lira yerini hak etmelidir. Verimlilik bakış açısı, alışkanlıkları bir an için kenara koyup şunu sormaktır: Bu bütçe başka bir şekilde ya da başka bir yerde kullanılsa neler başarabilirdi? Bütçenin en etkin biçimde kullanıldığından emin olduğunuzda hem projenize hem de gezegene katkı yaparsınız.

2.1 Bütçe verimliliği

- Mevcut alışkanlıkları gözden geçirin, daha önemli fırsatlar olup olmadığını değerlendirin
- Devam etmesine karar verdiğiniz işlerin tasarımı, üretim ve insan kaynağı detaylarını tekrar tekrar gözden geçirin
- Ünlü bir sunucu veya sanatçının gerçekten gerekli olup olmadığını sorgulayın; uzman bir moderatör ya da müşteri konuşmacı çoğu zaman daha fazla değer yaratır
- Abartılı dekor, çiçek ve LED ekran kullanımından kaçının
- Stand ve etkinlik malzemelerini sonraki fuar ve etkinliklerde tekrar kullanılabilir şekilde tasarlayın
- Her zaman LCV alın; tercihen online kayıt sistemiyle. Hem bütçede hem de tüm detaylarda avantaj sağlar
- Etkinliğin tüm maliyetlerini listeleyin ve geçmiş bütçelerle kıyaslayın
- Ajanslardan yeni fikir getirirken sıfır bazlı bütçeleme anlayışını benimsemelerini isteyin
- Ulaşım, transfer ve konaklamayı önceden planlayarak maliyet avantajı sağlayın
- Host ve destek personeli sayısını gereğinden fazla tutmayın; ihtiyaç değiştikçe gözden geçirin
- Nakit akışında ihtiyaçları dikkatle önceliklendirin; bütçeye mutlaka öngörülemez giderler kalemi ekleyin
- Planlanan ve gerçekleşen bütçe arasındaki farkları sonraki etkinlikler için kaydedin

Pratik kural

Tüketim, atık ve israf yerine: **verimlilik ve tasarruf.**

2.2 Sıfır bazlı bütçeleme

Sıfır bazlı bütçeleme veriye dayalı karar almayı teşvik eder ve harcamalara farklı açılardan bakmamızı sağlar. Tek seferlik bir maliyet kesintisi yerine kaynakları daha verimli kullanmanın sürdürülebilir yolunu sunar.

- Her bütçeyi geçen yılın rakamından veya enflasyondan değil, sıfırdan kurun; her kalemi yeniden tanımlayın, alt bileşenlerine ayırın ve şeffaf tutun
- Bu detayın doğuracağı sorular yeni verimlilik fırsatlarını ortaya çıkaracaktır

- Farklı ekiplerden **harcama kategorisi sahiplerini** sürece dahil edin; her harcamaya iki farklı göz baksın
- Bu süreçte fikirleri olumsuz eleştirmekten kaçının; yeni fikirleri açık yüreklilikle karşılayın, her fikir bir sonrakini cesaretlendirebilir

2.3 Etkinlik yatırımının geri dönüşü

Bir karar zekâsı şirketi olarak kendi etkinliklerimizi de müşterilerimize önerdiğimiz standartla değerlendiririz. Her etkinlik bütçesi onaylanmadan önce beklenen sonuçlara bağlanır.

Ölçüt	Örnek
Katılımcı başı maliyet	Toplam maliyet ÷ fiili katılımcı (yüz yüze ve online)
Nitelikli lead başı maliyet	Toplam maliyet ÷ belirlenen nitelik kriterlerini karşılayan lead sayısı
Etkilenen satış hattı	Etkinlikten sonraki 90 gün içinde oluşan veya ilerleyen satış fırsatlarının değeri
Marka etkisi	Etkinlik çevresinde ses payı, bahsedilme ve duygu değişimi (inMOLA ile ölçülür)
İçerik değeri	Etkinlikten üretilen içerik sayısı ve erişimi (video, makale, alıntı)

Bölüm 3: Etkinlik Yönetimi: Genel Yaklaşım

“Arkasında bir karar olmayan etkinlik, sadece bir buluşmadır.” / Erkan Terzi

3.1 Konumlandırma

Her etkinlik aynı zamanda bir iletişim projesidir ve ilk yapı taşı konumlandırmadır. Planlamaya konumlandırmayla başlayın; kurgunun geri kalanı bunun etrafında şekillenecektir. Aşağıdaki soruların cevapları etkinliğin konumlandırma cümlesini belirlemenize yardımcı olur:

- Marka inşasına yönelik bir faaliyet mi, yoksa satış odaklı mı (satış hattı oluşturma, anlaşmayı hızlandırma)?
- Eğitim amaçlı mı, bilgilendirme amaçlı mı?
- Bir kutlama mı, bir anma mı?
- Hedef kitlede kimler var: müşteriler, potansiyel müşteriler, iş ortakları, yatırımcılar, ekosistem, basın, ekip?
- Sosyal sorumluluk boyutu var mı?
- Kriz yönetiminin bir parçası mı?
- Ana perspektifi kurumsal itibar mı?

3.2 Etkinlik tipi

Etkinliğin tipi, konumlandırmadan uygulamaya, bütçeden tedarige kadar her şeyi etkiler. İletişim hedeflerinize hangi tipin uygun olduğuna en baştan karar verin.

Kategori	inMOLA etkinlik tipleri
Ürün ve marka	Ürün lansmanı · Özellik/modül duyurusu · Canlı demo günü · Marka yıl dönümü
Satış ve müşteriler	Müşteri yuvarlak masası / yönetici yemeği · Müşteri atölyesi · Kullanıcı grubu · İş ortaklarıyla satış toplantısı
Düşünce liderliği	Konferans konuşması veya paneli · Kendi konferans / zirvemiz · Webinar serisi · Seyircili podcast kaydı · Rapor lansmanı
Ekosistem ve programlar	Teknopark, üniversite veya kuluçka merkezi program etkinlikleri · Bootcamp ve eğitim grupları · Demo day · Hackathon
Fuar ve iş ortakları	Fuar standı · İş ortağı ve bayi toplantısı · Roadshow · Uluslararası pazara giriş etkinlikleri
Medya ve yatırımcılar	Basın toplantısı · Yatırımcı toplantısı / demo · Ödül töreni
Şirket içi	Ekip buluşması · Eğitim · Kutlama

3.3 Hedef kitle

Hedef kitlenizi, ihtiyaçlarını, alışkanlıklarını ve tolerans noktalarını iyi tanımak etkinliğin başarısında büyük rol oynar. Net bir profil etkinliğin tarzını, çapını ve medya boyutunu belirler. Şu sorulara net cevaplar verin:

- Kime hitap etmek, kimi etkilemek istiyorsunuz: CMO'lar, pazarlama ekipleri, girişimciler, ajanslar, kamu kurumları?
- Kıdemleri, sektörleri ve özellikleri neler?
- Etkinlik müşterilere doğrudan ulaşacak veya mesaj verecek mi?
- Ağırlayacağınız topluluğun iç dinamikleri neler?
- Geçmiş etkinliklerden kalan alışkanlık ve beklentiler neler?
- Fiziksel olarak bir araya gelmek zorunlu mu, yoksa online yapılabilir mi?
- Etkinlik medyaya açık mı? Kriz yaratabilecek bir içerik barındırıyor mu?
- Resmî protokol katılacak mı?

3.4 Stratejik mesaj

Ana mesaj inMOLA'nın iletişim stratejisine hizmet etmeli ve her temas noktasında hissedilmelidir. Önce etkinliğin temel amacını (yeni ürün, yeni pazar, iş birliği, rapor bulguları, ekosistem programı) tanımlayın, ardından şu soruları cevaplayın:

- Vermek istediğiniz mesaj nedir ve hangi ihtiyaca cevap veriyor?
- Birden fazla mesaj varsa önceliklendirin
- Kitlenin hangi duyguyu yaşamasını istiyorsunuz?
- Ne söylemek ve nasıl algılanmak istiyorsunuz?
- Bu mesajı ve duyguyu iletmenin en etkili yolu nedir?
- Sonuç inMOLA'nın genel mesajlarıyla uyumlu mu? (Unutmayın: inMOLA "Karar Veren Pazarlama Zekâsı"dır; raporlama, karar ve yönlendirme bir arada.)

KPI'ları baştan belirleyin

Planlamaya başlamadan önce gerçekçi ve ölçülebilir KPI'lar belirleyin: örneğin katılım oranı, nitelikli lead, demo talebi, etkilenen satış hattı, memnuniyet puanı, ses payı ve içerik erişimi. Başta üzerinde anlaşılan KPI'lar, etkinliğin sonunda neye göre değerlendirileceğini belirler.

3.5 Etkin bir iletişim için

Etkinlik yönetimi; fikirden planlamaya, bütçelemeden operasyona ve raporlamaya kadar her adımın stratejik esaslara uygun yürütülmesidir. Geniş bir perspektiften bakın ve 360 derece iletişimin gücünden yararlanın.

- Etkinliğin toplumsal bir mesaj, kültürel bir değer ve/veya liderlik duruşu barındırıp barındırmadığına bakın
- İç ve dış paydaşların beklentilerini tasarım, uygulama ve değerlendirmede dikkate alın
- Etkinliğin gündemle, dönemle ve coğrafyayla ilişkisini gözetin, maksimum toplumsal fayda hedefleyin

- Etkinlik başka bir proje veya markayla bağlantılıysa ortak dengelere dikkat edin; ortak markalı işlerde inMOLA'nın net biçimde ayrışmasını sağlayın
- Olası tepkileri öngörün ve kriz planınızı önceden hazırlayın
- Benzer veya rakip bir etkinlik olup olmadığını araştırın, özgünlüğünden emin olun
- Marka ile kitle deneyiminin uyumunu süreç boyunca ön planda tutun
- Dijital ve sosyal medyayı en baştan planlayın (bkz. *inMOLA Sosyal Medya Yönetimi Kılavuzu*)
- Etkinliğin kalıcı olarak nasıl bir değer yaratacağına ve içerik olarak nasıl yeniden kullanılacağına önceden karar verin
- Tüm bu konular etkinliğin 5N1K'sını değiştiriyor mu? Cevap evetse yeniden değerlendirin.

3.6 Takvim yönetimi

Tarihin diğer inMOLA etkinlikleriyle çakışmadığından emin olun ve üst yönetimin ajandasını erkenden kontrol edin. Ayrıca şunları kontrol edin:

- Her hedef pazardaki resmî tatiller, dini ve özel günler
- Okul tatilleri ve sınav dönemleri
- Ulusal gündem ve siyasi atmosfer
- Bölgesel etkinliklerde yerel gündem
- Aynı tarihlerdeki büyük sektör etkinlikleri ve rakip etkinlikleri
- Davet ediliyorsa resmî protokolün ajandası

3.7 Etkinlik kriz yönetimi

Bir etkinliğin her detayı kriz potansiyeli taşır. En iyi hazırlık, olası senaryoları öngörmek ve çözümlerini listelemektir.

- Planlamadan önce etkinliğin özelliklerini, güncel gündemi, katılımcı profilini ve üçüncü taraf ilişkilerini değerlendirerek bir kriz planı hazırlayın
- Kriz anında inisiyatif alacak kişileri önceden belirleyin ve iletişim bilgilerini doğru kişilerle paylaşın
- Planı mekânla koordine edin
- Üst yönetimin bilgilendirilmesi ve onay süreçleri için bir karar akış tablosu hazırlayın (*inMOLA Sosyal Medya Yönetimi Kılavuzu*'ndaki seviyelerle uyumlu)

3.8 İtibar riskleri

- Etkinlik öncesinde ve sırasında siyasi atmosferi, ülke gündemini, sektör ve rakip gündemini yakından takip edin
- İş birliği yaptığınız kişi, kurum, iş ortağı ve STK'ların geçmişini araştırın
- Yüz yüze etkinliklerde mekânın geçmişine ve olumlu/olumsuz algısına dikkat edin
- Online etkinliklerde platformun kişisel verileri saklayıp saklamadığını ve güvenlik ihlali geçmişini BT/güvenlik sorumlusuyla kontrol edin

- Sahnede veya ekranda ayrıştırıcı, toplumsal uzlaşya ters bir dil kullanılmamasına dikkat edin
- Sunucu, konuşmacı ve sanatçıların ayrımcı bir dile sahip olmadığından emin olun; tüm konuşma metinlerini önceden gözden geçirin
- Medyaya açık etkinliklerde gündem, sektör ve inMOLA'yla ilgili olası soru ve cevapları hazırlayın
- Yalnızca belirlenen sözcülerin basına açıklama yapacağını hatırlatın; medya sorumlusunun bilgilerini tüm görevlilerle paylaşın
- Programın her aşamasında toplumsal cinsiyet dengesini gözetin (bkz. *inMOLA İletişimde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Rehberi*)
- **inMOLA'ya özel:** Demolarda yazılı izin olmadan gerçek müşteri panellerini, skorlarını veya verilerini asla göstermeyin; kurgusal verili demo hesapları kullanın
- **inMOLA'ya özel:** Sahnede rakiplerle ilgili doğrulanmamış karşılaştırmalı iddialarda bulunmayın
- Ekip ve misafirler için herhangi bir sağlık riski bulunmadığından emin olun

3.9 Operasyonel riskler

Operasyonel aksaklıkların yaygın sebeplerinden biri yetersiz hazırlık süresi veya içeriklerin geç teslim edilmesidir. Bundan kaçınmak için:

- Geçmiş etkinliklerin değerlendirme notlarını inceleyin; aksaklık yaratan süreçleri listeleyp çözümlerini hazırlayın
- Her ögenin programın bütününe etkisini değerlendirin; akışı zorlaştıracak detaylardan kaçının
- Gereksizden fazla akışta değişiklik yapmayın
- İş süreçleri için risk ve çözüm senaryoları hazırlayıp tüm ekiplerle yazılı paylaşın
- Riskli durumlarda karar mekanizmasını ve sorumluları önceden belirleyin
- Eş zamanlı veya art arda etkinliklerde yeterli nitelikli personeli planlayın
- Açık hava etkinliklerinde giderek sıklaşan şiddetli yağış ve aşırı hava koşullarına karşı önlem alın
- Uzun veya tam gün programlarda içeriği ve molaları konukların konsantrasyonuna göre planlayın
- Canlı demolar için her zaman kayıtlı yedek video, ikinci cihaz, çevrimdışı versiyon ve mobil internet bulundurun
- Online etkinliklerde dijital kurulumu ve bağlantıları tam provayla test edin
- İş sağlığı ve güvenliği önlemlerine süreç boyunca uyulduğundan emin olun

3.10 Doğal afet riski

Doğal afet veya mücbir sebep durumunda vakit kaybetmeden şirket içi koordinasyonu sağlayın ve alınacak önlemleri ve toplumsal sorumluluk adımlarını üst yönetimle birlikte kararlaştırın.

Ulusal yas ilan edilirse etkinliği erteleyin veya uyarlayın ve ilgili tanıtımları üst yönetimin yaklaşımı doğrultusunda durdurun.

Türkiye dünyanın en aktif deprem kuşaklarından birinin üzerindedir ve büyük şehirlerimiz sürekli deprem riski altındadır. Mekân seçerken bunu göz önünde bulundurun: binanın güvenliğini, acil çıkışları ve toplanma alanlarını kontrol edin.

3.11 Medyaya açık etkinlikler

- Basınla paylaşılacak sunum, konuşma ve bilgileri dijital formatta hazır tutun ve etkinlik sonrası paylaşımına açın
- Etkinliğin hedeflerini ve ana mesajlarını planlama aşamasında iletişim ekibi ve/veya PR ajansı ile paylaşın
- Mekânın medya ihtiyaçlarını planlayın: kamera için açık görüş alanı, gerekirse basın podyumu, basına ayrılmış alan
- Basın panosu ihtiyacına çevre hassasiyetiyle ve mümkünse mevcut dekoru kullanarak karar verin
- Ayrı bir röportaj odası ihtiyacını değerlendirin
- Kayıt kurallarını önceden belirleyin; programın bir kısmı kayda kapalıysa bunu basın davetinden itibaren belirtin
- Canlı yayınlanan etkinliklerde program akışıyla ilgili güncel bilgileri basınla paylaşın
- Etkinliği doğru içerik ve zamanlamayla inMOLA'nın dijital ve sosyal kanallarında paylaşın

İPUCU

Basın bültenlerinde rakamların büyüklüğü yerine yaratılan içgörüyü ve değeri öne çıkarın.

3.12 Protokol yönetimi

- Protokol davetlileri (kamu yöneticileri, kurum başkanları) için üst yönetimin onayını alın
- Resmî davete inMOLA adına kimin ev sahipliği yapacağına karar verin
- Davetlinin özel kalemiyle iletişime geçerek zorunluluk ve taleplerini öğrenin
- Oturma hiyerarşisi ve konuşma sırası gibi kabul görmüş kuralları uygulayın
- Davetli konuşma yapacak veya ödül takdim edecekse detayları önceden netleştirin ve programı buna göre şekillendirin
- Oturma düzenini koordine edin; katılımı mutlaka teyit edin ve son dakika iptallerine hazırlıklı olun

3.13 Şirket içi koordinasyon

- Destek verecek ekiplerdeki (satış, ürün, müşteri başarısı, finans) çalışma arkadaşlarınızı erkenden bilgilendirin
- Tüm ekipler için bir koordinasyon planı oluşturun ve uygulayın
- Zamanlamaların ve sorumlulukların net olduğu bir görev listesi hazırlayın; akışın ilgili bölümlerini önceden paylaşın
- Diğer ekiplerin ve yöneticilerin deneyiminden yararlanın, sektördeki benzer uygulamaları araştırın

- Lead'lerin nasıl toplanacağını, niteleneceğini ve takip edileceğini etkinlikten önce satışla netleştirin

3.14 Hukuk koordinasyon listesi

Madde	Tamam	Notlar
Tüm tedarikçilerle (mekân, sunucu, sanatçı, teknik, ikram) sözleşmeler hazırlandı ve imzalandı	☐	
Ajans ve gizlilik (NDA) sözleşmeleri imzalandı	☐	
Muvafakatnameler alındı (konuşmacılar, fotoğraf ve videoda yer alan katılımcılar)	☐	
Prodüksiyon izinleri alındı (sokak çekimi, mekân izinleri)	☐	
Ekip çalışanlarının güvenlik ve sigorta bilgileri toplandı	☐	
İçerik, müzik ve görseller için telif ve lisans anlaşmaları yapıldı	☐	
Kişisel verilerin korunması (KVKK / GDPR) önlemleri alındı: kayıt aydınlatma metni, pazarlama iletişimi için açık rıza, saklama süresi	☐	
Sosyal medya vb. başlıklarda ajans politikalarını güvenceye alan anlaşmalar imzalandı	☐	
Canlı yayın ve kayıt için konuşmacılardan ve tercümanlardan izin alındı	☐	
Ortak düzenlenen etkinliklerde roller, markalama, veri sahipliği ve lead paylaşımı iş ortağıyla yazılı olarak netleştirildi	☐	

3.15 İş sağlığı ve güvenliği

inMOLA'nın iş sağlığı ve güvenliği yaklaşımı ve ilgili mevzuat her etkinlikte önceliklidir. Bu yalnızca ekibimizi değil, yüklenicileri ve ziyaretçileri de kapsar. Yüklenici seçimi, sözleşmeler, kurulum, etkinlik süresince konukların sağlığı ve güvenliği ve alan terk edilmeden önceki çalışmalar İSG prensiplerine uygun yürütülmelidir. Planlama aşamasında etkinliği İSG açısından değerlendirin, standartları karşılayan yüklenicilerle çalışın ve mekânın güvenlik önlemlerini yetkin uzmanlara kontrol ettirin.

Bölüm 4: Fiziksel Etkinliklerin Yönetimi

“Mekân sahneyi kurar; hikâyeyi ayrıntılar anlatır.” / Erkan Terzi

4.1 Ajans ve tedarikçi seçimi

İhale usulüyle seçim yapacaksanız en az üç ajans veya tedarikçiden teklif alın. Şu sorulara cevap arayın:

- Ajansın planlanan ölçekte, tercihen B2B teknoloji alanında etkinlik deneyimi var mı?
- Hizmetin ne kadarını kendi bünyesinde veriyor, ne kadarını dışarıdan alıyor?
- Daha önce çalıştığı müşterilerin yorumları nasıl?
- Fikirleri hedefimize, şirketimize, kitlemize, stratejimize, sürdürülebilirlik yaklaşımımıza ve fayda-maliyet değerlendirmemize uygun mu?
- Krize açık durumlarda iletişim stratejisi geliştirip uygulayabilir mi?
- Sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ve çevre hassasiyetiyle çalışabilir mi?
- Online etkinlikler için gerekli dijital altyapıya sahip mi?
- Adil seçim için: Ajansı öneren taraf ile ajans arasında nasıl bir ilişki var?
- Referansları ve mali kayıtları incelendi mi? Gerekirse teminat sağlayabilir mi?

4.2 Ajans brief

Brief öncesinde bütçeyi belirleyin, gerekiyorsa gizlilik sözleşmesi imzalayın. Şunları paylaşın:

- Etkinliğin amacını, ana mesajını, stratejisini ve KPI'larını içeren proje özeti
- Zamanlama, süre ve format (tarih aralığı, tek gün, yüz yüze, online veya hibrit)
- Hedef lokasyon (İstanbul'da akşam etkinliği, teknopark mekânı, yurt dışında bir şehir vb.)
- Kitle detayları (kişi sayısı, iç/dış paydaşlar, kıdem, cinsiyet dengesi, protokol ve basın)
- Aynı etkinliğin önceki dönem sunumları
- Net beklentiler: konsept, yaratıcı fikir, dijital çözüm, sahne ve dekor, içerik
- Sürdürülebilir ürün ve tasarruf önerileri talebi
- inMOLA'nın marka karakteri ve dili ile *Logo ve Kurumsal Kimlik Kılavuzu*
- Teslim veya sunum tarihi
- Bütçe aralığı
- Tüm taraflarla paylaşılan şeffaf bir değerlendirme süreci
- Kırmızı çizgileriniz ve önceki etkinliklerden gelen olumsuz geri bildirimler
- Tüm ajanslara aynı anda, aynı bilgiler

4.3 Ajans de-brief

- Teklifleri kriterlerinize göre değerlendirin (strateji, konsept, tasarım, sağlık ve güvenlik, sıfır bazlı bütçeleme, sürdürülebilirlik)
- Sözleşmeden önce de-brief vererek operasyon ve prodüksiyon kalemelerini netleştirin; geçmiş etkinliklerin gerçekleşen bütçelerini ölçü olarak kullanın

- Detaylı yorumlarla projeyi iyileştirin; konseptin yıl boyunca farklı kanallarda kullanılıp kullanılamayacağını değerlendirin
- Yedek planları ve olası aksaklıklar için kriz planlarını isteyin
- Mekân alternatiflerini bizzat görün; mekânın ve ulaşımın engelli bireyler için uygunluğundan emin olun
- Online etkinliklerde platform ve teknik alternatifleri inceleyin
- Müzik, şov, koreografi ve kostüm kullanılacaksa ayrıca detaylı brief verin
- Üretim gerektiren tüm kalemleri (dekor, sahne, teknik) listeleyin ve üretim sürelerini netleştirin
- Sunucu, film, performans ve sunumların inMOLA standartlarına uygunluğunu kontrol edin
- Etkinlik sonrası atılacak ürünlerin yeniden kullanıma yönlendirilmesini ajansın taahhüdü altına alın
- Tüm ajanslara aynı anda, detaylı geri bildirimle dönün; ardından sözleşmeyi tamamlayın

4.4 Sözleşme uyarıları

- Prova ve kurulum sürelerinden asla taviz vermeyin; güvenlik ve başarı için şarttır
- Ödeme planı, oranları ve zamanlamasını sözleşmeye ekleyin
- Alanda görev alacak tüm çalışanların SGK'lı olduğundan ve uygun kontrollerinin yapıldığından emin olun; kıyafet kurallarını yazılı olarak güvenceye alın
- Tüm üretimler (web sitesi, film, tercüme, animasyon, sunum, şov) için telif sözleşmelerini imzalayın; lisans ve kişisel veri uyumunu kontrol edin
- Tüm üretim aşamalarının son onay ve teslim tarihlerini kayda alın
- Üçüncü taraflarla tüm sözleşmeleri hukuk danışmanı ile yürütün; içerikler için yasal izinleri alın ve kullanım haklarını tanımlayın
- Yaratıcı ekip üyeleriyle ilgili seçim kriterleri, değişiklik talepleri, maliyet ve onay mekanizmasını sözleşmeye bağlayın
- Anlaşılan KPI'lara bağlı performans bazlı bir ödeme skalası düşünün
- Yerine getirilmeyen yükümlülükler için cezai şartları hukuk danışmanı ile belirleyin

4.5 Proje ekibi

- Ajans ekip üyelerini tanımaya vakit ayırın
- Hazırlığa geçmeden önce SWOT analizi yapın; sonuçları paylaşın ve iyileştirme önerilerini dikkate alın
- Etkinliğe özel detaylı bir kontrol listesi oluşturun
- Etkinliğe ev sahipliği yapacak yöneticinin beklentilerini öğrenin
- Görev alacak herkesi ve sorumluluklarını listeleyin; birden fazla ajans varsa lider ajans belirleyin
- Proje ekibinin iç iletişim kanallarına karar verin
- Tüm onay ve revizyon taleplerini yazılı olarak saklayın

4.6 Davetli yönetimi

- Tüm katılımcı bilgilerini dijital ortamda tutun; karşılamayı çok kolaylaştırır
- Davetli listesini etkinliğin içeriğine ve konumlandırmasına göre oluşturun; hedef sayıyı belirleyin
- Davetiyeleri yaklaşık bir ay önceden gönderin; önemli etkinliklerde “save the date” kullanın
- Unvanların ve kurumların güncel olduğunu kontrol edin
- Katılımı mutlaka teyit edin; LCV yapacak görevliler için metin ve SSS hazırlayın
- Konaklama taleplerini önceden koordine edin
- Davetlilerin kişisel verilerini KVKK / GDPR kapsamında koruyun; yalnızca gereken veriyi toplayın ve sonraki pazarlama iletişimi için rızayı kaydedin
- Etkinlikte öncelikli görüşülecek davetlileri satışla birlikte belirleyin

4.7 Davetiye

Davetiye, etkinliğe dair ilk izlenimdir ve konsepti ve mesajı aktarmak için bir fırsattır.

- E-davetiye ve online kayıt sayfalarını önceliklendirin
- Davetiyenin isme özel mi eşli mi olduğunu ve kıyafet kodunu belirtin
- LCV iletişim bilgisi, e-posta adresi ve son bildirim tarihini mutlaka ekleyin
- Etkinlik web sitesini, sosyal medya hesaplarını ve etkinlik #hashtag'ini paylaşın
- Mekânın iletişim bilgilerini, krokisini, otopark ve vale bilgisini ekleyin
- Gerekiyorsa güvenlik kartlarını hazırlatın
- Dijital davetiyeleri kanala uygun tasarlayın (e-posta, LinkedIn, WhatsApp)
- QR kodlu davetiyelerde tüm bilgiler dijital ortamda tutulabilir
- Dilerseniz hediye yerine yapılan bir bağış bilgisine yer verin

4.8 Fotoğraf ve video çekimi

Fotoğraf ve videoların kalitesi etkinliğin kalitesini yansıtır; inMOLA'da bunlar aynı zamanda aylar boyunca kullanılacak içeriktir.

- Çekim ekipleri için gizlilik ve kişisel verilerin korunması prosedürlerini eksiksiz uygulayın
- Fotoğrafçı ve kameramanları içerik ve konsept hakkında bilgilendirin; akışı önceden paylaşın
- Fotoğrafçıyla önden keşif ve ışık kontrolü yapın; yönetici provalarında da hazır bulunsun
- Konuşmacıların fotoğrafını oturumdan önce çekin; kürsüde çekilen fotoğraflar nadiren iyi sonuç verir
- Arşiv için dekoru ve markalamayı misafirler gelmeden fotoğraflayın
- Toplu fotoğraf ve videolarda kadın-erkek dengesine dikkat edin
- Logonun fotoğraflarda gelişigüzel kesilmemesine özen gösterin
- Fotoğraf ve videoları ayıklanmış (benzer ve kadrajı bozuk kareler elenmiş) ve farklı formatlarda (yüksek/düşük çözünürlük, ham görüntü, sosyal medya için kısa klipler) teslim alın

- Hangi anların sosyal medya paylaşımına, kısa videoya, alıntıya ve makaleye dönüşeceğini önceden planlayın
- Etkinlik sırasında sosyal medya paylaşımlarını yönetin; çalışma arkadaşlarınızı yönlendirin ve gelişigüzel paylaşımların önüne geçin

4.9 Mekân ve zaman planı

- Mekânın kapasitesini, teknik yeterliliğini ve lojistik uygunluğunu tespit edin; rezervasyon yapın
- Kurulum için etkinlik öncesinde yeterli süre kiralayın
- Mekânın mimari ölçülerini edinin ve yerleşim planı hazırlatın
- Mekân seçimi ve yerleşimde **engelsiz etkinlik** anlayışıyla hareket edin: tüm geçiş ve erişim alanları engelli misafirler için uygun olmalı
- Hava durumunu kontrol edin; açık ve kapalı mekân seçeneklerini belirleyin
- Özellikle demolar ve hibrit etkinlikler için Wi-Fi kapasitesini ve güvenilirliğini kontrol edin
- Kurulum süresini planlarken nakliye, üretim, satın alma/kiralama kalemlerinin teslim sürelerini ve teknik, sahne, dekor ve masa kurulum sürelerini dikkate alın
- Prova süresini planlarken her konuşmacı ve bölüm için gereken süreyi ve tüm içerikler hazır olduğunda genel akış provasını hesaba katın

4.10 İçerik yönetimi

İçerik, etkinliğin anlam ve ruh katar. Konseptte uygunluğu, yaratıcılığı kadar önemlidir.

- Farklı konuşmalardaki stratejik mesajların birbirini desteklediğinden ve doğru sırada olduğundan emin olun
- Tüm sunum, film, animasyon ve demoları konseptle tutarlılık, devamlılık ve itibar açısından değerlendirin
- Kitleye uygun dil ve terimler kullanın; uzman olmayan kitlelerde jargondan kaçının
- Oturum sürelerini konukları yormayacak uzunlukta tutun; uzun programlarda molaları konsantrasyona göre planlayın
- Tek yönlü sunumlar yerine her zaman etkileşimli içerikleri tercih edin: canlı anket, soru-cevap, uygulamalı demo, yuvarlak masa
- Fiziksel ve dijital kanallar için hazırlanan içeriklerin uyumlu olmasına özen gösterin
- Sunucu ve sanatçıların metinlerini yazılı paylaşın ve metne bağlı kalmanın önemini vurgulayın
- Yönetimden revizyon gelebileceğini öngörün ve zaman planını buna göre yapın
- Tüm slaytlarda inMOLA sunum şablonlarını ve marka kılavuzunu kullanın

4.11 Provaya hazırlık

Büyük ya da küçük, her etkinliğin başarısı provada belli olur. Prova öncesinde şunları yazılı olarak hazır bulundurun:

- Teslim ve kurulum dahil ön hazırlık zaman planı
- Prova ve etkinlik günü zaman planı

- Prova akışı
- Etkinlik gününün dakika dakika akışı
- Tüm görevlilerin cep telefonları ve sorumluluk alanlarıyla tam listesi
- Üçüncü taraf katılımcıların iletişim bilgileri ve görev tanımları
- Mekânda kullanılan tüm alanların (kulis, depo vb.) bilgileri
- Markalı malzemeler ve yerleri
- Demo kurulumu ve yedekleri dahil tüm teknik bilgiler

4.12 Prova kontrol listesi

Madde	Tamam	Notlar
Güvenlik önlemleri	☐	
Tüm sunum, film ve demoların sahnede gösterimi	☐	
Sağlık ve hijyen önlemleri	☐	
Sunucu ve konuşmacı kartları hazır, içerik kontrol edildi	☐	
Teknik altyapı, ışık, ses, jeneratör	☐	
Canlı demo: ana cihaz, yedek cihaz, yedek video, bağlantı	☐	
Dekor teslimi ve kurulumu	☐	
Logolu malzemeler ve kurumsal kimlik kontrolleri	☐	
Kurdele kesimi varsa kurdele, makas ve sahneye çağrılacak isimler	☐	
Karşılama masası kurulumu ve davetli listesi	☐	
Sahneye çağrılacakların isim ve unvanları	☐	
Masa düzeni ve isim kartları	☐	
Planlanan sosyal medya paylaşımlarının içeriği	☐	
Ağırlama ve transferlerle ilgili son kontroller	☐	
Teknik akış	☐	
Temizlik	☐	
Sahne şovu varsa provası	☐	

4.13 Etkinlik günü adımları

Madde	Tamam	Notlar
Transfer ve alana giriş düzenlendi	☐	
Üst yönetim ve protokol için ev sahibi konumlaması yapıldı; aynı anda birden fazla geliş hazırlık var	☐	
Tüm teknik altyapı çalışıyor; internet bağlantısı test edildi	☐	
Mekân havalandırıldı; kulisler kontrol edildi	☐	
İç ve dış görevliler yerinde; hostların kıyafet ve görevleri kontrol edildi	☐	
Vale, runner ve kulis sorumluları yerinde	☐	
Etkinlik senaryosu ve sahne akışı paylaşıldı	☐	
İçerikler hazır; canlı bölümler kontrol edildi	☐	
Masa ve oturma düzeni kontrol edildi	☐	
İkram sorumlusuyla koordinasyon sağlandı	☐	
Basın katılacaksa basın odası ve röportaj alanları kontrol edildi	☐	
Etkinlik uygulaması, web sitesi veya kayıt sayfası güncellendi	☐	
Lead toplama araçları (yaka kartı okuma, QR form) çalışıyor ve CRM ile senkronize	☐	

4.14 Genel doğrular

Konsept ve hedeften bağımsız olarak her zaman geçerli bazı temel doğrular vardır:

- Formata (fiziksel, hibrit veya online) planlama aşamasında karar verin
- Her ögenin programın bütününe etkisini değerlendirin; akışı zorlaştıracak detaylardan kaçınin
- Sahada her birimin başında bir süpervizör bulunsun ve hepsi doğru bilgilendirilsin
- Yabancı misafir veya iş ortağı varsa iki dilli (Türkçe ve İngilizce) içerik planlayın
- Dekor etkinliğin tasarım diliyle uyumlu tutun; abartı yerine zarafeti tercih edin; tek kullanımlık plastikten kaçınin
- Çevre dostu uygulamalara öncelik verin; sürdürülebilirlik ve verimlilik bakış açısıyla planlayın
- Misafirlerin beklemesine ve hava koşullarından etkilenmesine izin vermeyin
- Hediye ve ödüllerde toplumsal ihtiyaçları ve sorumluluğu gözetin; fidan dikmek bir buketten fazlasını anlatabilir

- Sahnede ve oturma düzeninde kadın-erkek dengesini gözetin
- Tüm davetliler için yerleşimi kroki üzerinde tek tek çalışın; protokol ve basının ihtiyaçlarını dikkate alın
- Hedefe göre davetlileri eşlik ettikleri kişilerle birlikte ya da kaynaşma için farklı masalara oturtun
- Her zaman LCV alın: protokolü, oturma düzenini, ikram sayılarını ve bütçeyi belirler
- Ses, ışık ve müzik konusunda mekâna ve davetlilere en uygun çözüm için ajansları ve ekibi uyarın
- Yurt dışı etkinliklerde o ülkenin koşullarını ve yükümlülüklerini önceden öğrenin
- Tüm teknik altyapı için tam prova yapın
- Yabancı misafirler için simültane tercüme organize edin; dili kontrol edin ve kulaklıkların alındığından emin olun
- Misafirlerin sağlıklı, güvenli ve hijyenik bir ortamda olduklarını hissetmelerini sağlayın
- Otopark imkânını ve özel park yerinin halka açık olup olmadığını kontrol edin
- Protokol misafirleri için birebir eşlik görevlendirmesi yapın
- Ambulans için bekleme alanı belirleyin ve ekip için ikram sağlayın
- Görevlilerin iletişim bilgilerini her an el altında bulundurun
- Masalarda isim kartı ve mönü bulundurun
- Hostların kıyafetlerinin etkinlik temasına uygun olmasına dikkat edin; abartıdan kaçının
- Vejetaryen/vegan seçenekler sunun ve alerjenleri belirtin
- Gıda israfını önlemek için ikram sayısını doğru hesaplayın
- Host sayısını yalın tutmak için görev tanımlarını dikkatle yapın

4.15 Fuarlar ve standlar

- Rezervasyon öncesinde standın hedefini (lead, demo, iş ortağı görüşmesi, marka görünürlüğü) ve KPI'larını belirleyin
- Sonraki fuarlarda kullanılabilecek modüler, tekrar kullanılabilir standlar tasarlayın
- Standı özelliklere değil kararlara odaklayın: tek net mesaj, bir canlı demo istasyonu ve bir görüşme köşesi
- Hedef ziyaretçilerle görüşmeleri fuar öncesinde planlayın; yalnızca standı gelenlere güvenmeyin
- CRM ile senkronize dijital lead toplama (yaka kartı okuma veya QR form) kullanın; 48 saat içinde takip kuralı koyun
- Basılı broşür yerine dijital içeriğe yönlendiren QR kodlar kullanın
- Stand ekibini mesajlar, demo akışı, nitelendirme soruları ve müşteriler ile rakipler hakkında söylenmemesi gerekenler konusunda bilgilendirin

Bölüm 5: Online ve Hibrit Etkinliklerin Yönetimi

“Ekranda dikkat her dakika yeniden kazanılır.” / Erkan Terzi

5.1 Avantajlar, dezavantajlar ve karşılaştırma

Online ve hibrit etkinliklerin kendine özgü dinamikleri vardır ve doğru zamanda kullanıldığında son derece etkili sonuç verir. Uluslararası kitleye hitap eden bir B2B teknoloji şirketi için çoğu zaman varsayılan formattır.

Format	Avantajlar	Dezavantajlar
Online	Düşük maliyet (prodüksiyona bağlı) · Esneklik · Kolay ölçüm · Çevre dostu · Ülkeler arası daha geniş erişim	Daha az insani sıcaklık · Teknolojinin sınırları · Olası teknik sorunlar · Daha az heyecan · Daha kolay unutulma
Hibrit	Orta düzeyde esneklik · Kolay ölçüm · Zengin deneyim · Daha geniş erişim	Olası teknik sorunlar · Canlı yayın riskleri · Prodüksiyonu daha karmaşık
Fiziksel	Yüz yüze iletişim · Daha akılda kalıcı · Heyecanlı · Networking ve ilişki kurmak için en uygun ortam	Pahalı · Esnek değil · Ölçmesi zor · Her zaman çevre dostu değil

5.2 Genel yaklaşım

- İçeriği, görsel tarzı ve akışı mecranın ruhuna göre tasarlayın; yeni teknoloji kullanırken kaliteden ödün vermeyin
- Uzun konuşmalar yerine kısa ve dinamik bölümler tercih edin; sıradaki bölümü ekran yazılarıyla önceden duyurun
- 16:9'dan geniş slayt formatı kullanmayın; yazı puntolarını büyük, slayt başına cümle sayısını az tutun
- Katılımcıları ilgi alanlarına göre farklı odalara ayırın
- Online katılım oranı daha düşük olduğu için normalden daha fazla kişi davet edin
- Deneyimi çekici kılın; hatırlatma ve bildirimleri iyi kullanın
- Sohbet, görüş paylaşımı ve networking alanları oluşturun; öncesinde veya sonrasında sanal bir “happy hour” düşünün
- Paylaşımı teşvik etmek için etkinlik #hashtag'i kullanın
- Katılımcıların profil oluşturmalarına, kendi ajandalarını yönetmesine ve diğerleriyle görüşmesine imkân verin
- Katılamayan kayıtlı kişilere her zaman kayıtlı bir versiyon sunun

5.3 Hazırlık süreci

- Referansları ve teknik altyapısı güçlü ajans ve platformları seçin

- Herhangi bir platformu (Zoom, Microsoft Teams, Webex, LinkedIn Live, YouTube, özel etkinlik platformu) kullanmadan önce güvenlik ve veri korumasını BT/güvenlik sorumlusuyla kontrol edin
- Platformun beklenen eş zamanlı katılımcı sayısını kaldırıp kaldırmadığını test edin
- Dikkati toplayabilecek ve enerjiyi aktarabilecek bir moderatör seçin
- Sosyal medyayı daha aktif kullanın; kanalları dikkatle seçin ve etkinlik #hashtag'i belirleyin
- Çarpıcı tasarımlar ve markalı arka planlar kullanın
- Kişiselleştirilmiş deneyimleri ve değer kattığı yerde sanal gerçeklik gibi yeni formatları değerlendirin; çevre hassasiyetini her zaman gözetin
- Kayıt ve sunumların sonradan erişime açılıp açılmayacağına önceden karar verin
- Kamuya açık olmayan etkinliklerde güvenlik için giriş gerektiren kayıt veya kişiye özel bağlantılar kullanın
- Canlı yayınlar için altyapı, bağlantı, stres ve yük testlerini önceden yapın
- Her katılımcının takip edilebilmesi için kayıt ve katılım verilerini CRM'e bağlayın

5.4 Webinar kontrol listesi

Madde	Tamam	Notlar
Konu, konuşmacılar ve KPI'lar belirlendi	☐	
Aydınlatma metni ve rıza seçenekleri olan kayıt sayfası yayında	☐	
Tanıtım planı (e-posta, LinkedIn, iş ortakları) 3 hafta önceden başladı	☐	
Hatırlatma e-postaları planlandı (1 hafta, 1 gün, 1 saat önce)	☐	
Konuşmacı teknik kontrolü (kamera, ses, ışık, arka plan) yapıldı	☐	
Slaytlar marka şablonunda; kurgusal verili demo hesabı hazır	☐	
Moderatör metni, anketler ve soru-cevap planı hazır	☐	
Yedek sunucu ve yedek internet bağlantısı ayarlandı	☐	
Kayıt açık; mümkünse altyazı etkin	☐	
Kayıt ve sonraki adımı içeren takip e-postası 24 saat içinde gönderildi	☐	
Lead'ler puanlandı ve satışa aktarıldı	☐	

Bölüm 6: Sağlık, Güvenlik ve Olağanüstü Durumlar

“Bir etkinliğe gelen herkes önce kendini güvende hissetmek ister; gerisi ondan sonra gelir.” / Erkan Terzi

COVID-19 salgını etkinliklerin yapılış biçimini kalıcı olarak değiştirdi. Güvenin ve sağlığın öncelikli olduğunu, dijital katılımın artık temel bir gereklilik hâline geldiğini gösterdi. Gelecekteki halk sağlığı riskleri, doğal afetler ve diğer olağanüstü durumlar hızlı uyum sağlamamızı yeniden gerektirebilir. Bu dönemlerde Dünya Sağlık Örgütü’nün ve T.C. Sağlık Bakanlığı’nın (veya etkinliğin yapıldığı ülkedeki yetkili kurumların) yönergeleri etkinliklerimiz için asgari standarttır.

6.1 Yüz yüze etkinlik kararı almadan önce

İletişim ihtiyacı olağanüstü dönemlerde de devam eder. Yüz yüze bir etkinlik kararı almadan önce şu soruları cevaplayın:

- Bu koşullarda klasik bir etkinliğin inMOLA itibarına artıları ve eksileri neler?
- Mevcut veriler durumun kontrol altında olduğu konusunda ikna edici mi?
- Online bir toplantı veya webinar hedefe ulaşmak için yeterli olabilir mi?
- Küçük ve kontrollü bir toplantı ihtiyacı karşılayabilir mi?
- Kriz yönetimi açısından gözden kaçan bir nokta var mı?

6.2 Sağlık riski dönemlerinde alınacak önlemler

- Kuralları girişlerde ve görünür noktalarda açıkça duyurun
- Sağlık kontrolü, maske ve test ile ilgili resmî gereklilikleri yürürlükte oldukları sürece uygulayın; girişlerde ve ortak alanlarda maske ve el dezenfektanı bulundurun
- Kapasite ve oturma düzenini resmî mesafe kurallarına göre planlayın ve kapasiteyi girişte ilan edin
- Havalandırmanın temiz hava kullandığından ve klima kullanımının resmî yönergelere uygun olduğundan emin olun
- Gerekirse temaslı takibi için oturma düzenini önceden belirleyin
- Salonları erken açın ve misafirleri kademeli olarak yığılmayı önleyin; çıkışları da aynı şekilde yönetin
- Tüm alanları uygun ürünlerle ve doğru sıklıkta temizletin ve kayıt tutun
- Yiyecek ve içecekleri servis personeli aracılığıyla veya tek tek paketlenmiş (mümkünse geri dönüştürülebilir) ürünlerle sunun
- Alandaki tüm personele sağlık ve hijyen eğitimi verin; ortak ekipmanları dezenfekte ettirin
- Tedarikçi seçiminde hijyen uyumunu temel kriter yapın
- Sağlık önlemlerinden sorumlu bir kişi belirleyin
- Her zaman online katılım seçeneği sunun

6.3 Erteleme ve iptal

- Tüm mekân ve tedarikçi sözleşmelerine net mücbir sebep, erteleme ve iptal maddeleri ekleyin
- Kimin, ne zamana kadar ve hangi kriterlere göre karar vereceğini gösteren kısa bir karar ağacını önceden hazırlayın
- Kayıtlı katılımcılar, konuşmacılar ve iş ortaklarıyla hızlı ve dürüst iletişim kurun; mümkünse online alternatif sunun
- İlgili tanıtımları ve sosyal medya paylaşımlarını derhal durdurun

Bölüm 7: Değerlendirme Süreci

“Ölçmediğinizi yalnızca hatırlarsınız; ölçtüğünüzü geliştirebilirsiniz.” / Erkan Terzi

7.1 Bütçe kapama

Bir etkinliğin başarısı yarattığı etki kadar kullandığı kaynakla da ölçülür. Etkinlikten sonra:

- Ajans ve tedarikçilerden nihai fatura ve hesap kapamalarını alın
- Gerçekleşen bütçe tablosunu hazırlayın
- Sapmaları belirleyin ve projenin finansal analizini yapın
- Katılımcı başı ve nitelikli lead başı maliyeti hesaplayın
- Sapmaları ve öğrenimleri bir sonraki etkinlik için listeleyin

7.2 Ölçme ve değerlendirme

Ölçme, etkinliğin başarısını kayıt altına alır ve bir sonrakinin referans noktasını belirler. inMOLA'da kendi etkinliklerimizi, müşterilerimizin pazarlamasına getirdiğimiz disiplinle ölçeriz.

- Etkinlik sırasında anlık geri bildirim toplayın (canlı anket, QR anket)
- 48 saat içinde memnuniyet ölçümü yapın (NPS veya kısa anket)
- Proje ekibiyle değerlendirme toplantısı yapın ve bir sonraki etkinlik için notlar hazırlayın
- İş ortaklarının ve ajansların performansını anlaşılan KPI'lara göre değerlendirin
- Dijital hareketliliği ve sosyal medyayı analiz edin: bahsedilme, erişim, etkileşim, duygu ve ses payı; inMOLA'nın kendi dinleme ve rakip analizi modülleriyle
- Medya yansımalarını ve tonunu inceleyin
- Lead'leri ve etkilenen satış hattını satışla birlikte 30, 60 ve 90. günlerde takip edin
- Konuşmacılara, iş ortaklarına, ev sahiplerine ve önemli misafirlere teşekkür mesajları gönderin

7.3 Raporlama ve öğrenimlerin paylaşımı

Bir etkinlik ancak raporu tamamlandığında bitmiş sayılır. Her etkinlikten sonra şunları hazırlayın:

- **Etkinlik raporu:** hedefe karşı KPI'lar, bütçe ve gerçekleşen, temel öğrenimler
- **Sağlık ve güvenlik uyum raporu** (gerektiğinde)
- **Çevresel etki raporu:** 1.4'te toplanan verilerle
- **İçerik envanteri:** yeniden kullanılabilir fotoğraf, video, alıntı ve makaleler

Raporları, gelecekteki her etkinlik ekibinin yararlanabileceği ortak bir alanda saklayın.

7.4 Etkinlik karnesi

KPI	Hedef	Gerçekleşen	Yorum
Kayıt sayısı			
Katılım oranı			

KPI	Hedef	Gerçekleşen	Yorum
Nitelikli lead			
Demo / görüşme talebi			
Etkilenen satış hattı (90 gün)			
Memnuniyet / NPS			
Sosyal erişim ve etkileşim			
Ses payı değişimi			
Medya yansıması			
Toplam maliyet / lead başı maliyet			
Geri dönüştürülen atık / ayak izi			

Ek: Sürdürülebilir Etkinlik Kontrol Listesi

Bu kontrol listesi, Birleşmiş Milletler Çevre Programı'nın *Sürdürülebilir Etkinlik Rehberi* referans alınarak inMOLA için uyarlanmıştır. Mekân, ikram, sergiler, enerji ve su, atık ve iletişim başlıklarını hazırlık, uygulama ve sonrası süreçleri kapsayacak şekilde bir araya getirir.

1. Mekân

Genel

Madde	Tamam	Notlar
Mekânın tedarik, enerji, ikram, ulaşım ve atığı kapsayan bir çevre/sürdürülebilirlik politikası ve eylem planı var	☐	

1.1 Ulaşım

Madde	Tamam	Notlar
Mekân ve oteller toplu taşımaya yakın	☐	
Değilse servis veya araç paylaşım planı düzenlendi	☐	
Kiralanan otobüs firması hibrit/elektrikli/alternatif yakıtlı araçlar kullanıyor	☐	
Etkinlik öncesi ve sonrası taşımalarda yükler birleştirildi veya ortak depo kullanıldı	☐	

1.2 Erişilebilirlik ve kapsayıcılık

Madde	Tamam	Notlar
Herkes için tam erişilebilirlik var (rampalar, girişler, sahneye erişim)	☐	
Ses sistemi işitme cihazı kullananlar için uygun; gerekli yerlerde indüksiyon döngüsü var	☐	
Oturma düzeni işitme engelli kişilerin işaret dili tercümanını görebilmesine imkân veriyor	☐	

1.3 Hizmet

Madde	Tamam	Notlar
Temizlik personeli çevre dostu temizlik konusunda eğitilmiş	☐	
Eko-etiketli temizlik ürünleri kullanılıyor (EU Ecolabel, Nordic Swan veya eşdeğeri)	☐	

2. Yemek servisi (catering)

2.1 Yönetim

Madde	Tamam	Notlar
İkram firması yerel ve bir çevre politikasına sahip	☐	
Personel ve katılımcılar gıdaların kaynağı ve atık azaltımı hakkında bilgilendiriliyor	☐	
Yemek alanlarında engelli veya özel ihtiyaçlı kişiler için kolaylıklar var	☐	

2.2 Yiyecek ve içecek

Madde	Tamam	Notlar
Şişe su yerine musluk suyu veya büyük sebil/sürahi; birden fazla su noktası	☐	
Et ve süt ürünleri en aza indirildi; her zaman en az bir vejetaryen seçenek var	☐	
Vejetaryen/vegan yiyecekler ayrı tutuluyor ve etiketli; alerjenler belirtilmiş	☐	
Oturma düzenli yemeklerde su bardakları önceden doldurulmuyor	☐	
Yerel, mevsimsel ve dondurulmamış ürünler kullanılıyor	☐	
Organik ve/veya Fair Trade ürün oranı belirlendi ve mönüde belirtildi	☐	
Hayvansal ürünler yüksek refah standartlı, sertifikalı kaynaklardan	☐	
Deniz ürünleri sürdürülebilir kaynaklardan (örn. MSC)	☐	
Yenilebilir gıda fazlası kâr amacı gütmeyen kuruluşlara bağışlanıyor	☐	

3. Sergiler ve standlar

Madde	Tamam	Notlar
Dekor, halı ve teşhir malzemeleri en aza indirildi, geri dönüştürüldü ve/veya tekrar kullanılıyor	☐	
Halıdan kaçınıldı ya da tekrar kullanılabilir geri dönüştürülmüş karolar kullanıldı; kalıcı yapıştırıcı yok	☐	

Madde	Tamam	Notlar
Mobilya satın alınmak yerine kiralandı; çok işlevli, tekrar kullanılabilir mobilya tercih edildi	☐	
Standlarda kolay sökülebilir bağlantılar (yapıştırıcı yerine klips) kullanıldı	☐	
Tüm malzemeler geri dönüştürülebilir	☐	

4. Enerji ve su verimliliği

Madde	Tamam	Notlar
Mekânın tanınmış bir yeşil bina veya çevre yönetim sertifikası var (BREEAM, LEED, ISO 14001, EMAS veya eşdeğeri)	☐	
Yenilenebilir enerji kullanılıyor	☐	
Mutfak ve tuvaletlerde su tasarruflu armatürler var	☐	
Enerji tasarruflu aydınlatma ve cihazlar; hareket sensörleri	☐	
Misafirler nevresim ve havluları tekrar kullanma seçeneğine sahip	☐	
Uygun alanlarda doğal ışık ve havalandırma kullanılıyor	☐	
Otomatik ısıtma ve soğutma konfor için gereken en düşük seviyede	☐	

5. Atıklar

Madde	Tamam	Notlar
Malzemeler tekrar kullanılıyor veya bağışlanıyor (dekor, iletişim materyalleri, gıda)	☐	
İkram alanları dahil yeterli sayıda, iyi konumlandırılmış ve etiketli çöp kutusu var	☐	
Atıklar kaynağında ayrıştırılıyor (kâğıt, plastik, metal, organik)	☐	
Organik atık için kompost imkânı var; gerekiyorsa kompostlanabilir tek kullanımlık ürünler kullanılıyor	☐	
Kızartma yağları lisanslı kuruluşlara veriliyor	☐	
Dış ikram firması atık toplamadan sorumlu	☐	

Madde	Tamam	Notlar
Gıda israfını azaltmak için kesin davetli sayısı ikram firmasına bildirildi	☐	
Kâğıt kullanımı azaltıldı (dijital ekranlar, çift taraflı baskı)	☐	
Ambalajdan kaçınıldı veya azaltıldı; tedarikçiler ambalajı geri alıyor	☐	
Kâğıt ürünleri yüksek geri dönüştürülmüş içerikli, klorsuz ve FSC sertifikalı	☐	
Tekrar kullanılabilir tabak, çatal-bıçak, cam ve örtüler kullanılıyor; tek kullanımlıklardan kaçınılıyor	☐	
Çeşniler tek porsiyonluk yerine büyük kaplarda sunuluyor	☐	

6. İletişim ve sosyal hususlar

6.1 Katılımcılarla iletişim

Madde	Tamam	Notlar
Toplu taşıma bilgileri katılımcılarla paylaşıldı	☐	
Çevresel etkiye göre sıralanmış ulaşım seçenekleri paylaşıldı	☐	
Sürdürülebilirlik çabaları etkinlik öncesinde ve sonrasında duyuruldu	☐	
Malzemelerin tekrar kullanılabilmesi için tarihsiz, jenerik markalama kullanıldı	☐	
Çanta, hediye ve basılı ürünler sürdürülebilir malzemelerden yerel olarak üretildi veya hiç kullanılmadı	☐	
Mümkünse hediye yerine bağış yapıldı ve katılımcılar bilgilendirildi	☐	
Yaka kartları tekrar kullanılabilir/geri dönüştürülebilir ve bir iade noktası var	☐	
Başlangıç ve bitiş saatleri toplu taşımaya göre ve trafik yoğunluğu dışında ayarlandı	☐	

6.2 Sosyal hususlar

Madde	Tamam	Notlar
İçerikte, ev sahiplerinde ve konuşmacılarda çeşitlilik ve kapsayıcılık gözetildi	☐	

Madde	Tamam	Notlar
Etkinlik zamanında başlıyor; yeterli mola planlandı	☐	
Engelli katılımcı sayısı fazlaysa kişisel asistan görevlendirildi	☐	

6.3 Paydaş katılımı

Madde	Tamam	Notlar
Kilit paydaşlar belirlendi ve sürdürülebilirlik önlemleri hakkında bilgilendirildi	☐	
İletişim kampanyası paydaş katılımını planlıyor	☐	
Katılımcılar ve ekip duyurular ve açılış konuşmalarıyla bilgilendirildi	☐	

İletişim

inMOLA'da etkinliklerle ilgili tüm sorularınız için:

inMOLA Teknoloji Yazılım Hizmetleri A.Ş.

Vadi İstanbul, Azerbaycan Cad. 2B Ofis No:3K Kat:2, Sarıyer, İstanbul

contact@inmola.com | inmola.com