



OPTI
MIZA
TION



ДМИТРИЙ ШАХОВ

Применение event-маркетинга для продвижения агентства



План

- Что такое ивент-маркетинг
- Как выстроены процессы по ивент-маркетингу внутри агентства
- Что принесло компании проведение ивентов

Ивенты агентства

- Семинар Шахова, позднее [конференция “МарКа”](#) (Калининград) с 2012г.
- Конференция [Baltic Digital Days](#) (Калининград) с 2013г.
- Конференция [UDC](#) (Харьков) с 2016г.
- Мастер-классы для специалистов в Харьков – регулярно с 2017г.

Больше про то, какие ивенты бывают и как их делать

Доклад на Cybermarketing'2017 про ивент-маркетинг для агентств:

<https://www.youtube.com/watch?v=Ha11DBXxoGg>

Подводные камни организации ивентов: <https://rb.ru/opinion/bolshe/>

Тонкости организации Baltic Digital Days: <http://madcats.ru/balticdigitaldays/kak-my-delaem-baltic-digital-days/>

Еще про нюансы работы агентства в ивент-маркетинге:

<https://serpstat.com/ru/blog/dmitrij-shahov-ob-ivent-marketinge/?lang=ru>

Как сделать хороший доклад на конференции:

<http://madcats.ru/balticdigitaldays/good-speech-bdd/>

Команда “МарКа”

- личный помощник,
- Дмитрий Шахов (креатив, работа с видеоподрядчиками и спикерами),
- агентство полиграфии и наружки на аутсорсе,
- ивент-маркетолог (промо, взаимодействие со спонсорами) на аутсорсе.

Цикл подготовки: 2 месяца. Рост с 200 до 700 регистраций.

Пионерский лагерь для сеошников: Baltic Digital Days

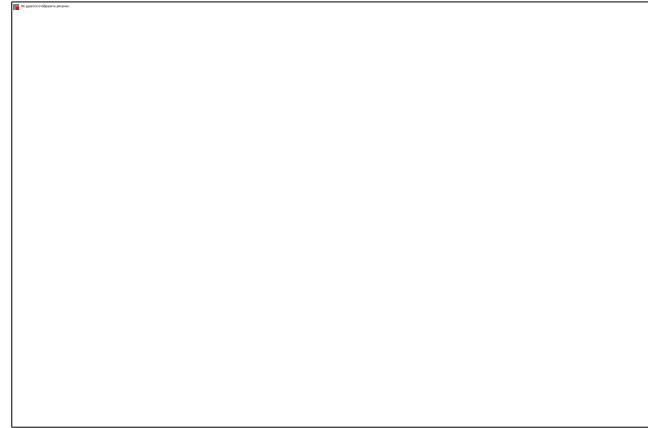


Команда “Baltic Digital Days”

- личный помощник,
- менеджер по логистике,
- Дмитрий Шахов (программа, креатив),
- агентство полиграфии и наружки на аутсорсе,
- ивент-маркетолог (промо) на аутсорсе,
- вся команда агентства подключается за неделю и на проведении.

Цикл подготовки 9 месяцев, рост с 80 до 330 участников.

UDC: конференція для бізнеса і спеціалістів в Україні



Конференция UDC

- два основных помощника,
- Виталий Кравченко (креатив, работа со спонсорами).

Цикл подготовки 3 месяца, рост с 250 до 550 участников.

Выводы по команде

1. Большая команда весь цикл подготовки не нужна.
2. Креативные решения должны быть на одном человеке.
3. Постоянные подрядчики сильно упрощают подготовку.
4. Все перекладывать на аутсорс (тем более креатив и денежные вопросы) - нельзя.
5. Нулевая экономика ивента - это нормально.
6. Чтобы не срывать дедлайны, готовьтесь по чек-листам. Или начинайте за срок вдвое больше, чем планировали.
7. Чтобы иметь деньги на подготовку, активируйте ранние продажи по мере необходимости.

Плюсы от проведения ивентов

- Компания вышла за пределы региона – легкий старт.
- Рост заказов внутри региона за счет роста охвата.
- Вход в тематические рейтинги без оплаты и рост общей популярности основных брендов компании. Рост средней стоимости заказа.
- HR-брендинг за счет ивентов.
- HR-работа на ивентах как с потенциальными кандидатами, так и коллективом (тимбилдинг, рост значимости работы в компании).
- Круглогодичная реклама брендов за счет генерации инфоповодов по ивентам.
- Персональный брендинг: заказы, приглашения, рейтинги.

На пальцах: выход из региона

- Ты формируешь программу, приглашаешь спикеров.
- Спикеры потом сами тебя рекомендуют к выступлениям где-то.
- Конференция требует общения со СМИ, ты начинаешь быть с ними на короткой ноге.
- Широкий публичный охват за счет инфоспонсоров дает множество первых холодных касаний с потенциальными клиентами. Они потом при встрече это вспомнят.

80% клиентов агентства – не региональные.

На пальцах: рост заказов внутри региона

- Если ты делаешь ивент, ты крутой.
- Если ты крутой, то к тебе имеет смысл идти с заказом.
- Минус, он же и плюс: возникает иллюзия, что ты стоишь дорого. Идет рост обращений из-за ценовых опасений.

В последние три года несколько крупных контрактов с местными производителями и ритейлерами. До этого агентство даже не рассматривалось ими как подрядчик.

2 самых крупных контракта агентства – калининградские клиенты.

На пальцах: вход в рейтинги

- Если ты делаешь ивент, ты качаешь инфопространство.
- Значит, включение тебя в рейтинг даст привлечение посетителей на тебя и, видимо, рост доверия к рейтингу.
- Тебе не надо ничего платить.

Агентство включили во все основные рейтинги.

На пальцах: HR-брендинг

- Если ты делаешь ивент, ты крутой.
- Работать с крутыми интересно и важно для самооценки.

Новый редактор MadCats - участник последней Baltic Digital Days.

Часть сотрудников в Харькове целенаправленно пришла работать в Weblin Promotion благодаря проведению конференций и семинаров. Часть перешла из других агентств.

REMARKA это никак не помогает, так как в Калининграде почти нет ротации. :)

Что мы упускаем в нашей работе

- Нет выстроенного лидгена на самом мероприятии.
- Нет регулярной работы с аудиторией мероприятия.
- Не хватает простых мероприятий для работы с бизнес-аудиторией.
- Нет мероприятия в московской/питерской локации.

Еще работать и работать.

Дмитрий Шахов

REMARKA

520560@remarka.info

balticdigitaldays.ru

digitalconf.com.ua

markaconf.ru
