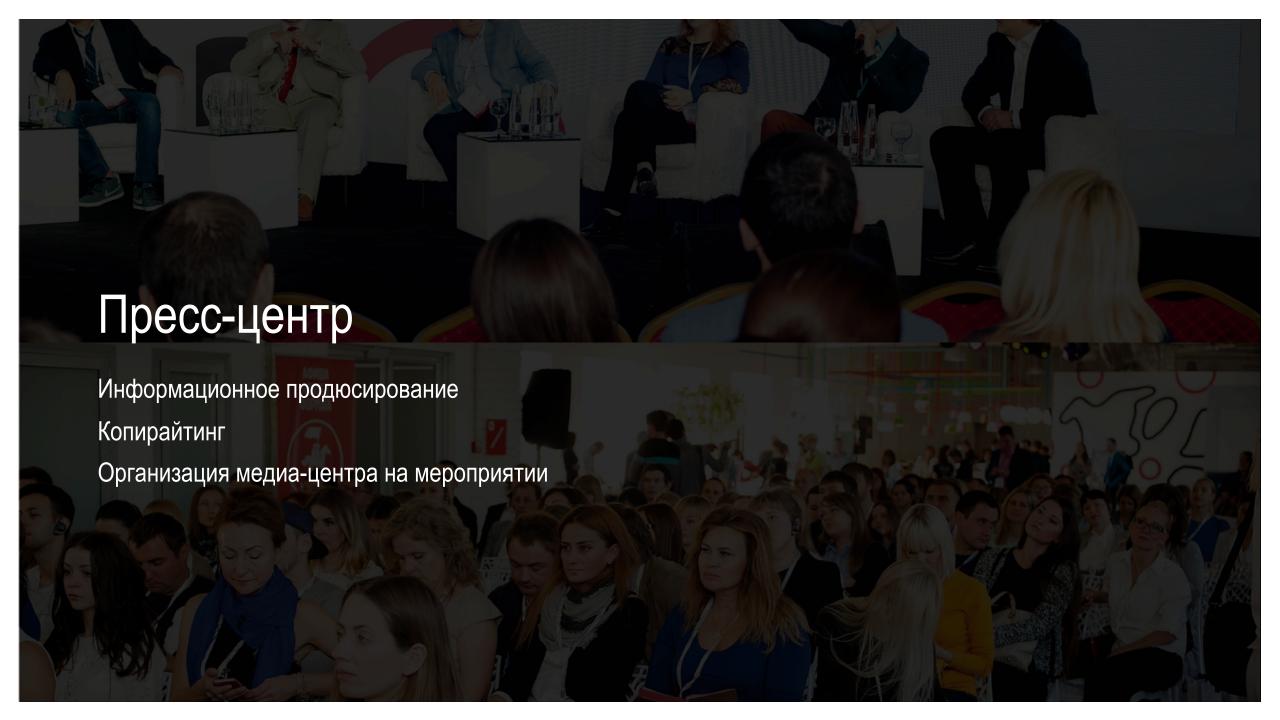
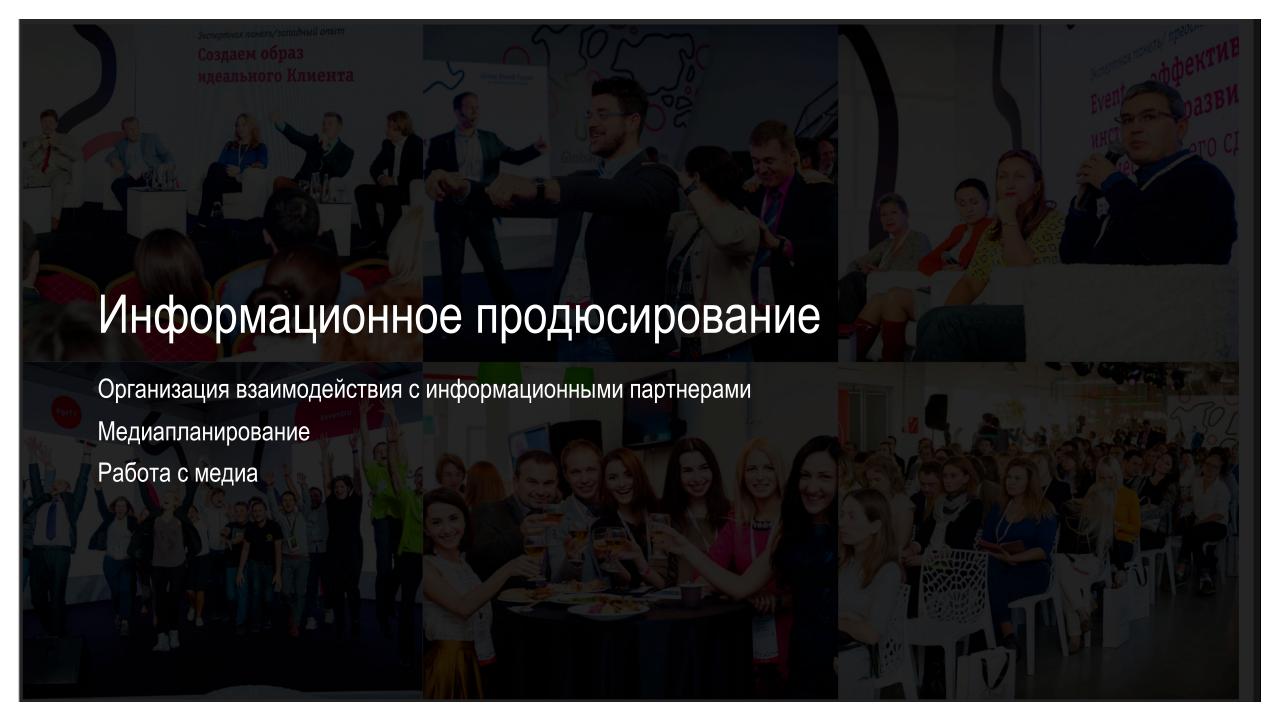


Global **Event** Forum

9-11 апреля 2015 года, Москва





Пакет инфопартнера

Уважаемый

Приглашаем вас осуществить поддержку первого глобального форума в области event-индустрии и стать информационным партнером знакового события профессионального event-cooбщества. В рамках бартерного сотрудничества в обмен на предоставляемые вами рекламно-информационные услуги, мы готовы предоставить следующие возможности продвижения вашего издания в рамках события:

Присвоение статуса информационного партнера Форума;

Размещение на сайте форума в разделе «Партнеры» логотипа информационного партнера со прямой ссылкой на сайт;

Размещение логотипа информационного партнера в книге участника Форума;

Размещение логотипа информационного партнера на общем пресс-волле Форума;

Упоминание информационного партнера в отчетной статье (фоторепортаже) на сайте и в печатном журнале Event.ru; Возможность вести собственную фото/видеосъемку Форума;

Возможность взять эксклюзивные интервью с экспертами и организаторами Форума (до, вовремя и после мероприятия); 1 аккредитация на мероприятие для представителя издания с полным пакетом, включающим раздаточные материалы;

Информационная поддержка деловых событий, инициированных Партнером (анонс и пост-релиз на сайте event.ru/раздел «Афиша»).

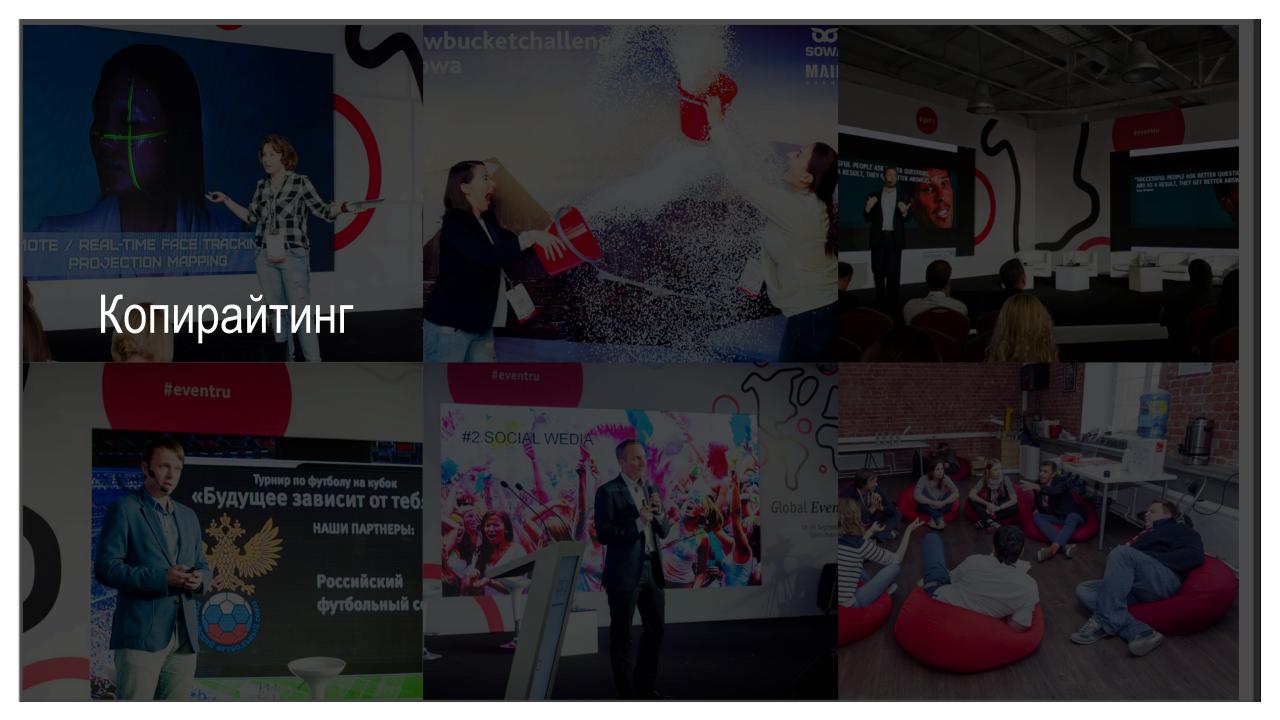
В целях наиболее эффективной интеграции информационных партнеров; Огркомитет Форума предоставляет возможность расширить пакет в замен на увеличение объема рекламно-информационной поддержки со стороны Партнера.

Для упрощения обмена бартерными рекламно-информационными объемами в рамках Форума Оргкомитет просчитал коммерческую стоимость пакетов, чтобы Партнеру было проще ориентироваться по возможному предоставлению рекламного-информационной поддержки. Стоимость предлагаемого пакета информационного партнера составляет 100 000 руб.

Среди дополнительных опций для расширения интеграции в событие для информационных партнеров предлагаются дополнительные услуги, в которых также указана коммерческая стоимость для упрощения понимания в обмене рекламно-информационными возможностями на бартерной основе: Размещение промо-материалов партнера на промо-стойках партнера — 15 000 руб.

Рекламная вкладка в пакеты участника – 15 000 руб.
Предоставление стенда в экспо-зоне Форума (удачно расположенная в сквозном пространстве, которую посетит каждый гость Форума) – 40 000 руб.
Предоставление 1 дополнительного пригласительного билета на Форум без участия в Вечеринке Event.ru – 24 500 руб.
Предоставление 1 дополнительного пригласительного билета на Форум с участием в Вечеринке Event.ru – 29 500 руб.
Логотип партнера на большой экране в зале в блоке благодарностей партнерам – 10 000 руб.
Официальную PR-поддержку Global Event Forum 2015 оказывает международное агентство маркетинговых коммуникаций Louder. За дополнительной информацией по партнерский опциям, а также по согласованию пакета «Информационного партнера» просим обращаться

Оргкомитет Форума предоставляет только стенд, наполнением и брендированием стенда Партнеру необходимо заниматься самостоятельно.



Анонс

Global Event.ru Forum – здесь будут все!

9-11 апреля арт-пространство DI Telegraph, в Москве, откроет двери для участников ключевого делового события event-маркетинг индустрии - Global Event.ru Forum. Более 400 участников из 10 стран мира (Франции, Великобритании, Германии, Беларуси, Казахстана, Украины и Китая) соберутся, чтобы найти решения самых «живых» и актуальных вопросов бизнеса в сложившейся экономической ситуации.

Global Event.ru Forum – это уникальная площадка для решения проблем индустрии, ярмарка креативных идей для прогрессивных и ярких проектов, а также место встречи новых партнеров, подрядчиков и клиентов.

Среди участников Форума ведущие руководители event-areнтств, а также крупнейшие заказчики мероприятий: «Сбербанк», Oriflame, Red Bull, «МегаФон», «Банк Москвы», «Билайн», Mail.ru, «МТС», Microsoft, «Крок», General Motors, «ЕвразХолдинг», EventCube, Louder, We Can Group, MaxMedium, «Подъежики», «МЫ», «Князевъ», Branding Lab, Redday, Departament, Bright People, Brooklyn Event Agency.

Инновационный формат Форума предлагает участникам интенсивный курс погружения в теорию и практику рынка. Среди европейских спикеров такие эксперты, как Кевин Джексон (стратегический директор G.P.Johnson), Беатрис Мурье (креативный директор Magic Garden/27 Names), Стефан Козак (член Совета Ассоциации Ивенторов Восточной Европы), Колья Дамс (управляющий партнер ведущего европейского агентства Vok Dams).

Первый день посвящен злободневным дискуссиям и «горячим» обсуждениям самых наболевших вопросов. Здесь слушатели узнают:

- как построить эффективную коммуникацию с Клиентом (советы от мирового гуру Кевина Джексона, стратегического директора агентства G.P. Johnson)
- как организовать тендер по правилам (пресс-конференция с инициаторами и руководителями отдела закупок крупных компаний; модератор сессии Михаил Хомич, руководитель Ассоциации менторов СКОЛКОВО, автор и ведущии Business FM)
- как отстоять бюджет на мероприятие («Сбербанк», Oriflame, «М.Видео», Kaspersky Lab)
- как рассчитывают эффективность события в Европе и в России (Microsoft)
- европейская практика в условиях российской действительности (Анна Антонова и Данило Ланге, основатели топового коммуникационного агентства Louder)
- социальный event, как новый тренд развития бизнеса (экспертная панель с участием представителей компаний «Банк Москвы», «ТрансАэро», Mail.ru; модератор сессии Максим Мотин, руководить социальных проектов «МегаФон»)

Второй день носит прикладной характер, а вдохновением для творчества станет тема – Бюджетного креатива. Практические инструменты, инновационные идеи, брейншторм-сессии, мастер-классы от ведущих креаторов России и Европы, примеры лучших бюджетных проектов. В рамках актуальных тем дня:

бюджетные идеи для WOW-проектов (brainstorm в режиме онлайн от главных креаторов страны: Виталий Быков (Red Keds), Ева Габулова (AXIS), Петр Иванов (Departament), Дмитрий Рафалький (Branding Lab); ведущий сессии – Игорь Намаконов, учредитель Most Creative Club, автор проекта «Олимпийские перемены»)

тренды индустрии от отраслевых гуру (среди спикеров – Кирилл Косенко, технический директор Олимпийских Церемоний Сочи-2014) выездные мероприятия: MICE в условиях кризиса (UTS, MaxMedium, Catlyst, «МЫ»)

развитие event-отрасли в регионах России (экспертная панель с участием руководителей крупнейших региональных агентств; модератор – Влад Метревели, исполнительный директор Национальной Ассоциации Организаторов Мероприятий (НАОМ)

И третий день традиционно станет полностью практическим – участников ждет настоящая интерактивная сессия, в ходе которой клиенты и агентства поменяются местами и получат долгожданную возможность оценить работу друг друга изнутри. Интерактив пройдет под чутким руководством опытного тренера и мастера business networking Гила Петерсила, основателя агентства MeetPartners, бизнес-коуч Старт-Ап Академии МШУ «Сколково».

Анонс для программы М. Хомича на Бизнес ФМ

Бизнес на b2b-коммуникациях или история успеха медиа холдинга Event.ru

Идея создания журнала для профессионалов не нова. На сегодняшний день около 10-15% всего медиа-рынка приходится на профильные издания разных областей экономики. Выделиться на фоне конкурентов помогает любовь к работе и умение разобраться во всех тонкостях отрасли.

Жанна Васенина и Надежда Макова, event-специалисты, работали на стороне клиента и на стороне агентства много лет. Однако существование в event-отрасли базовых проблем на уровне проведения честного тендера и эффективного бюджетирования маркетинговых проектов, привело девушек к понимаю, что надо двигаться дальше.

Совместная история Жанны и Нади началась в две тысячи двенадцатом году в медиа холдинге Event.ru. Девушки сделали полный ребрендинг, поменяли концепцию и позиционирование журнала.

За три года журнал стал качественным рупором отрасли в Москве и Санкт-Петербурге, распространение которого осуществляется на всех профильных событиях двух столиц. Главным достижением стало создание под зонтичным брендом Event.ru проектов-саттелитов: ежегодной национальной премии «Событие года» и бизнес-конференции Global Event.ru Forum.

Сегодня журнал Event.ru выпускается тиражом 4000 экземпляров, в премии участвует более 500 компаний и выбирается 27 победителей, а на конференцию приезжает более 500 специалистов из более, чем 40 городов мира.

Вывод: Работая на профильных рынках помните, что выигрывает тот, кто относится к своей профессии не как к сервису, а как к миссии.

Анонс для Столицы ФМ

Global Event.ru Forum

Второй ежегодный Global Event.ru Forum продет в Москве с 9 по 11 апреля в арт-пространстве DI Telegraph. На форуме соберутся зарубежные эксперты из 8 стран мира (Германии, Великобритании, Франции, Белоруссии, Украины, Казахстана, Китая и России), представители ключевых креативных агентств, организаторы и заказчики крупнейших мероприятий России, а также предприниматели со всех уголков страны.

Участники Форума обсудят наиболее актуальные тренды развития бизнеса в условиях сокращающихся бюджетов, представят успешные кейсы, а также сформулируют план продвижения брендов в кризис.

По словам организаторов Надежды Маковой и Жанны Васениной, Форум является уникальной коммуникационной площадкой. Он призван сформировать глобальное информационное пространство ивент-отрасли для обмена опытом и решения актуальных проблем российской индустрии.

«Инновационный формат основан на интенсивном погружении участников в глобальную практику рынка. Все дискуссии проходят в уникальных форматах – speed dating панели для знакомства участников, практические интерактивные сессии – для решения конкретных маркетинговых задач слушателей, открытие дискуссии – для определения ключевых проблем и решений развития отрасли в России», - говорит Надежда Макова, Руководитель Global Event.ru Forum.

Статья для профильного журнала

Event в прошлом и в будущем

Надежда Макова, Руководитель Global Event.ru Forum

Проведение мероприятий в России уходит корнями в далекое прошлое царской империи, когда на базарах и ярмарках устраивались различные зрелища для развлечения простого народа и барских особ. В СССР парады и марши являлись неотъемлемой частью советской культуры, направленной на формирование великой идеи во имя светлого будущего. Не удивительно, что и в «Новой России» праздники быстро вошли в привычный быт и заняли достойное место под солнцем российской экономики.

Как бизнес в условиях рыночной экономики event-индустрия сформировалась в 2000 гг. С момента образования отрасль прошла 3 стадии развития, которые условно можно разбить на привычные нам советские пятилетки. Каждая пятилетка характеризовалась своим экономическим состоянием: от экономического взлета в начале 2000-х гг. страна пришла к первой волне кризиса 2007-2008 г.г. и снова вошла в экономически нестабильную ситуацию в 2015.

В 2000-2005 гг. число крупных компаний выросло в 2 раза, инвестиции в российскую экономику составляли 30%, у бизнеса и отрасли были деньги, началась волна масштабных зрелищных мероприятий, приглашение западных знаменитостей, фейерверки и все вытекающие атрибуты пышного торжества. Кризис 2008 года внес свои коррективы и заставил слегка «затянуть пояса» как заказчиков, так и event-агентств, многие тогда просто перестали свое существование. Но были и такие агентства, которые на волне этого кризиса выиграли, так как они предлагали экономичные, но креативные решения. Ситуация 2015 года кардинально отличается от первого кризиса, так как заставляет российские компании двигаться в сторону создания импорто-замещения и существенно снижает динамику развития привычных секторов экономики (маркетинг, финансовый сектор, retail и т.д.). Тем не менее можно уверенно сказать, что как отрасль, event-индустрия претерпела за эти 15 лет колоссальные положительные изменения.

Осознанность как новый тренд

Еще 2-3 года назад миллионы бюджетов большинства компаний тратились на шикарные банкеты, с выступлением звезд «первой величины» и ломящимися от деликатесов столами. За приглашение «селебрити» заказчики были готовы платить баснословные суммы.

Сегодня кризис стимулирует нас к развитию цивилизованного рынка событийного маркетинга. Бесцельное веселье ради веселья не приносит никакой пользы для бизнеса, бренда, внутренней атмосферы в коллективе, оно не остановит текучку кадров или не заставит сотрудников делать больше за те же деньги, а покупателей покупать ваш продукт чаще. Каждое действие, каждое мероприятие должны быть направлены на конкретные результаты. Осознанность ситуации, изменение устоявшегося восприятия заставляют специалистов двигаться дальше, совершенствуя технологии и находя решения под конкретные бизнес-задачи клиента. «Вкусовщина» остается в прошлом

Из первой тенденции логично вытекает вторая. Теперь при подготовке мероприятия (мы говорим исключительно об эффективном мероприятии, как маркетинговом инструменте) становится абсолютно неважно, что нравится или хочет один конкретный человек, которым, как правило, является заказчик или его руководитель.

На первый план выходят показатели эффективности и стратегия их достижения. Тренд «мероприятие ради мероприятия» канул в прошлое. Сегодня большинство людей хотят не просто веселиться и гулять, а проводить время с пользой. Поэтому, как правило, выигрывают те организаторы, которые могут дать обычному обывателю, не просто праздный «капустник» с блинами и угощеньями, а продуманную тематическую концепцию.

Трансформация значения event'a

С каждым годом в нашем быстроменяющемся мире гаджетизма и развития высоких технологий любое «живое» мероприятие начинает играть большую роль в межличностном общении. Мероприятия становятся ценными сами по себе, так как позволяют людям построить прямую коммуникации между собой, не прибегая к помощи социальных сетей, электронной почте, мобильному телефону. Несомненно, что этот тренд будет только укрепляться во времени. При чем больше времени пройдет, тем актуальнее будет становиться значение простого мероприятия, где есть возможность встретиться всем лицу.

И многие компании это понимают и начинают пользоваться этим. По сути мероприятия становятся важным элементом маркетинговой стратегии, у событий появляются критерии эффективности, понятные KPI и объективные процессы организации их замеров.

Интерактивность

Эффективный event из разряда «концерта и зрелища» переходит в разряд «активного взаимодействия». Сегодня не достаточно того, чтобы просто вбросить в аудиторию точечную информацию, - необходимо вовлекать, вызывать эмоцию, чтобы сделать каждого активным участником процесса.

В идеале каждый участник мероприятия должен выйти после него немного изменившимся, вынести для себя пользу, осознать смысл, сделать выводы. Это тенденция, в том числе, отразилась на формате деловых событий. От пассивного слушания индивидуальных выступлений спикеров организаторы постепенно переходят к интерактивным форматам подачи информации и вовлечения аудитории в дискуссию.

Этот важный тренд мы максимально отразили в программе Global Event.ru Forum. Форматы сессий практически не повторяются: будут и пресс-конференция, и ток-шоу, и интервью, и брэйншторм в режиме онлайн и дебаты. Индивидуальных презентаций в программе почти нет. Мы специально разрабатываем новые способы подачи информации, которые позволят каждому из 450 участников, сидящих в зале стать частью общего обсуждения, получить ответы на свои вопросы и вынести максимум реальной пользы из участия в Форуме. Бутиковость

Сейчас многие компании переходят от больших крупных мероприятий В2С к небольшим «бутиковым» событиям для 100 человек, лидеров мнений, которые относятся к целевому покупателю бренда. Таким образом стараясь усилить эффект распространения информации через «послов» бренда. То есть если раньше целью события становилось создание wow-эффекта и некое громкое заявление и масштабность, то сейчас, в период экономического спада, на первый план выходят другие задачи. В первую очередь - это лояльность журналистов, лидеров мнений, тренд-сеттеров.

Технологии - must have

Технологический прорыв последнего десятилетия затронул все сферы жизни человека, событийный маркетинг не только ни стал исключением, но и стал основной площадкой для апробирования новых технологий. 3D mapping – для презентации новых автомобилей, социальные сети и хэштеги для розыгрыша призов, гаджеты – для создания дополнительной реальности, фото-будки – для создания виртуального мира в режиме реального времени.

Новые технологии приобретают огромное значение для создания эффективной коммуникации между брендом и конечным покупателем. В рамках Global Event.ru Forum пройдет отдельная сессия, посвященная трендам event-индустрии, в которой ведущие эксперты агентского бизнеса такие, как представители Сила Света, Interactive Lab, beProactive, расскажут о новых тенденциях этого аспекта.

Бюджетный креатив выходит на первый план

Освоить бюджет в 10 миллионов евро несложно, а вот придумать концептуальное, креативное мероприятие с минимальным бюджетом, которое произведет wow-эффект – это талант. Талант, который будет максимально востребован именно во время кризиса и спада. Талант, который обеспечит процветание профессиональным агентствам, которые умеют придумывать и творить.

В итоге в конкурентной борьбе выиграют те, кто умеет разрабатывать идеи на миллион с бюджетом в несколько сотен тысяч рублей. Успешными останутся те агентства, которые смогут при заданном бюджете мероприятия создать максимум ценностей, и просчитать затраченные средства в соответствии с принесенным результатом. Пока еще не все Клиенты требуют сухой отчетности, но тенденция к этому есть. Успешное же агентство само покажет, что организуемые им мероприятия бесценны.

Интервью для профильного медиа

Интервью дает Надежда Макова, Руководитель Global Event.ru Forum, главный редактор журнала Event.ru

В условиях кризиса конъюнктура рынка меняется. Компании ищут новые возможности для дальнейшего развития, оптимизирует бюджеты и разрабатывают низкобюджетные маркетинговые проекты. Отраслевые мероприятия выходят на первый план внимания крупных заказчиков, так как именно здесь озвучивают ключевые тенденции, предлагают эффективные решения и оголяют острые проблемы отрасли. Именно таким ключевых событием для event-индустрии станет Global Event.ru Forum, который будет проходить 9-11 апреля в DI Telegraph (Москва).

О ключевых тенденциях развития event-отрасли мы поговорили с Надеждой Маковой, главным редактором Event.ru и руководителем Global Event.ru Forum.

1. Расскажите, пожалуйста, о тенденциях event-индустрии в условиях кризиса: что происходит с рынком, как ведут себя клиенты, какие инструменты становятся более актуальны и почему, как меняется восприятие eventoв?

На мой взгляд ключевая тенденция заключается в том, что кризис стимулирует к развитию цивилизованного рынка событийного маркетинга. То есть меняется восприятие event как маркетинговой технологии. К компаниям приходит понимание, что бесцельное веселье ради веселья не приносит никакой пользы для бизнеса, бренда, внутренней атмосферы в коллективе, оно не останавливает текучку кадров или не заставляет сотрудников делать больше за те же деньги, а покупателей приобретать продукт или услугу чаще. Причем приходить это понимание наверное пришло уже давно, но пресловутый кризис заставил многих пересмотреть бюджеты на предмет их целевого использования. На первый план выходят показатели эффективности и стратегия их достижения. Каждое действие бренда, каждое мероприятие компании теперь направляется на достижение конкретных результатов. Осознанность ситуации, изменение устоявшегося восприятия заставляют специалистов двигаться дальше, совершенствуя технологии и находя решения под конкретные бизнес-задачи клиентов.

Тренды событийного маркетинга – интерактивность мероприятий «от пассивных зрителей к активным участникам», высокая технологичность, бутиковость событий (переход от масштабных массовых к закрытым мероприятиям для избранной аудитории opinion-maker'ов) и, конечно, бюджетный креатив.

2. Что такое Global Event.ru Forum и как он помогает решить существующие на рынке проблемы?

GEF – это, в первую очередь, образовательная коммуникационная площадка. Я уверена, что единственная возможность построить цивилизованную event-индустрию – это достичь партнерства и взаимопонимания между всеми игроками отрасли: клиентами/заказчиками мероприятий, event-агентствами и техническими подрядчиками.

Отсюда и вытекает ключевая цель Форума – построить открытый и честный диалог. Для этого мы специально разрабатываем форматы обсуждений и актуальные темы таким образом, чтобы в дискуссию выносились самые наболевшие вопросы, замечания, комментарии. Знаменитое высказывание Сократа «в споре рождается истина» - это лейтмотив нашего проекта. Помимо глобальной миссии - развития event-индустрии в целом и укрепления взаимопонимания между агентствами и заказчиками, у Форума есть вполне практичные задачи. Global Event.ru Forum – это место встречи с потенциальными партнерами/коллегами/единомышленниками, ресурс для расширения своей бизнес-сети. И конечно, Форум – это ярмарка креативных и самое главное практичных идей для будущих проектов. Причем идей, действительно, свежих, и что особенно актуально сегодня - бюджетных.

3. В чем уникальность форматов обсуждений? Какие в принципе тренды отраслевых мероприятий можно назвать?

Основной тренд международных деловых мероприятий, который и мы активно перенимаем на Форуме, - «меньше слов - больше дела». Аудитория не должна быть пассивной, презентации докладчиков не должны быть унылыми и монотонными, форматы выступлений должны быть максимально интерактивными, вовлекающими зрителей в активный диалог. Тогда каждый из 500 участников конференции почувствует себя частью основного действия, частью завязавшегося диалога и сможет выразить свою точку зрения по животрепещущему вопросу и сразу же получить обратную связь от коллег.

Среди форматов обсуждений в этом году мы используем ток-шоу, brainsrtorming (мозговой штурм), дебаты, пресс-конференции, а также различные интерактивные форматы, основанные на известных играх, например, одна из креативных сессий будет проходить в формате игры «Что? Где? Когда?». Кстати, это будет очень интересная сессия, в рамках которой абсолютно любой из участников сможет в режиме реального времени получить готовую концепцию по своему заданному брифу от команды ведущих креативщиков нашей страны. При этом основная задача креативного десанта – предложить «идею на миллион» с минимальным бюджетом.

4. Как вы думаете, меняется ли значение отраслевых мероприятий для России?

Сложно очень ответить на этот вопрос сразу. Могу сказать, что точно меняются форматы конференций: становится больше действительно полезных, качественных и стоящих отраслевых мероприятий. Также значение отраслевых мероприятий, безусловно, растет и укрепляется. Возможно, на рынке В2В коммуникаций еще существует ряд сложностей по дальнейшему развитию ситуации в рамках начатого на какой-либо конференции диалога. Однако тут очень многое также зависит и от государственной поддержки и в принципе от механизмов регулирования рынка.

Тем не менее повторюсь, что создание прецедента для открытого диалога между всеми участниками любой отрасли; наличие площадки для коммуникаций, обмена опытом, получения новых знаний и полезных контактов – все это стратегически важно для развития каждой индустрии.

После организации прошлого Форума мы получили множество положительных отзывов экспертов рынка за воплощение идеи Форума в жизнь. Многие из них утвердили значимость нашего проекта для объединения event-отрасли и выразили искреннюю благодарность за формирование и развитие Global Event.ru Forum.

5. По своему опыту - видите ли вы отток участников на регистрацию в связи с кризисом? Почему так происходит?

Нет, оттока не чувствуется. Наоборот, по сравнению с прошлым годом, еще больше компаний хотят принимать активное участие. Регистрация идет в полным ходом.

Думаю, что это вполне закономерно. Ведь в кризисное время становятся особенно актуальны задачи, которые поможет решить Форум: поиск новых клиентов и партнеров, поиск новых бюджетных идей для wow-проектов, повышение квалификации и профессионализма сотрудников, осведомленности о трендах и тенденциях рынка.

6. В чем заключается антикризисная уникальность GEF2? Чем реально он сможет помочь участникам справиться с кризисными задачами развития бизнеса, если может?

#GEF2 – это один большой антикризисный проект. Каждая сессия продумана до мелочей, каждый спикер забрифован на максимально полезное и интересное для аудитории выступление, каждый презентационный формат выбран с целью максимального вовлечения каждого участника, чтобы сделать его важной частью общей дискуссии.

В рамках форума пройдут сессии посвященные антикризисным решения в каждом из направлений индустрии: социальные проекты, городские мероприятия, маркетинговые и HR-мероприятия и выездные (MICE) проекты.

При этом в ходе и в результате каждой сессии будут выработаны реально действенные и абсолютно практичные решения, готовые идеи и концепции для будущих проектов. Помимо деловой программы, мы задумали ряд дополнительных активностей, которые также будут иметь большое практическое значение. Например, одна из партнерских зон, зона нашего генерального технического партнера, будет представлять собой мастерскую по 3D-визуализации. Любой участник сможет принести свое техническое задание и ему в течение короткого времени профессионалы своего дела на месте совершенно бесплатно отрисуют в 3D максимально эффективное и эффектное решение по зонированию или техническому обеспечению проекта. Еще одна зона Форума будет носить характер «биржи труда». Здесь можно будет разместить свои визитки в разбивке по различным отраслям/направлениям и соответственно найти для себя сотрудника/партнера, которого агентство ищет в данный момент.

Конечно, мы не могли не затронуть главный антикризисный тренд «связи решают все». Поэтому весь Форум построен таким образом, чтобы каждый участник смог расширить свою бизнес-сеть (business networking). Каждый день в программе форума целых 2 часа выделено для этой важной функции. Начиная с того, что первую сессию первого дня откроет эксперт и гуру построения бизнес-сети – Гил Петерсил, бизнес-коуч Старт-ап Академии МШУ Сколково и Школы Управления Сколково, который поможет участникам получить максимум от Global Event.ru Forum.

7. Работа с подрядчиками во время кризиса. Многие работают по бартеру, и хотелось бы обсудить вопрос насколько тяжело было искать партнеров (как коммерческих, так и бартерных) на Форум? Что партнерам дает поддержка такого мероприятия?

Конечно, партнеров для отраслевых мероприятий искать всегда непросто. Однако в этом году мы получили большую поддержку со стороны участников рынка и очень многие части проекта закрываем на бартерных условиях. Хочется подчеркнуть, что когда мы говорим о поддержке отраслевых мероприятий, мы говорим не о благотворительной деятельности компаний, а о четких партнерских задачах, которые они решают в рамках нашего Форума. И наши пакеты равноценны по рыночной стоимости оказываемых партнерами услуг. В прошлом году в Санкт-Петербурге, все партнеры, показавшие свои услуги «во всей красе», получили отличный ROI от своего участия. И в этом году с удовольствием поддержали нас и в Москве. По большое счету подобное партнерство для игроков рынка — это тоже антикризисное продвижение, в рамках которого они могут продемонстрировать свои возможности заинтересованным игрокам и крупным заказчикам. Это очень эффективный маркетинговый инструмент, прямой выход на целевую аудиторию.

8. Что бы вы хотели пожелать специалистам event-отрасли?

Выходить за рамки, не бояться учиться и развиваться, не останавливаться перед трудностями, которых сейчас будет и уже есть немало. Главное – стремиться находить в каждой трудности возможности для дальнейшего развития. Поэтому желаю всем действительно эффективных, бюджетных и при этом креативных и интересных идей и проектов.

I lост-релиз

600 участников из 50 городов 10 стран мира приняли участие в ключевом событии индустрии событийного маркетинга Global Event.ru Forum, который прошел с 9 по 11 апреля 2015 года в арт-пространстве DI Telegraph.

Форум принес реальную практическую пользу для каждого участника. На протяжении трех дней происходил активный business networking, модерируемый профессионалом своего дела Гилом Петерсилом (сооснователь компании MeetPartners), также для знакомства и обмена контактами организаторы предусмотрели специальную «доску объявлений» и мобильное приложение, разработанное партнерами проекта агентством EventPlatform.

Первый день форума был посвящен построению партнерских взаимоотношений между заказчиками и подрядчиками. Кевин Джексон, вице-президент крупнейшего в мире агентства George P. Johnson (Великобритания), и Бьорн Вигфорс, глобальный event-директор Lumia Microsoft (Швеция), поделились секретами эффективного партнерства, которыми успешно пользуется европейская индустрия. Данило Ланге, генеральный директор агентства Louder, и партнер агентства Анна Антонова поделились стратегическими основами событийного маркетинга и опытом построения

агентства в России на основе европейских практик.

Формат пресс-конференции под руководством Михаила Хомича, руководителя бизнес-инкубатора МГУ, ведущего радиостанции Business FM, позволил создать конструктивный диалог на тему выбора надежного event-партнера между заказчиками крупнейших мероприятий и представителями ведущих агентств индустрии. На стороне заказчиков выступили Александр Сафонов, руководитель évent-направления в СНГ 'Oriflame; Алиса Белановская, руководитель по РК и специальным проектам ОАО «Мегафон»; Людмила Терехова, руководитель департамента коммуникаций ОАО «Компания «М. Видео»; Оксана Селендеева, начальник отдела маркетинга московского банка ОАО «Сбербанк России»; Али Батукаев, eventменеджер Faberlique; Артур Борцов, директор по развитию бренда ООО «ЕвразХолдинг»; Ольга Ларичкина, менеджер отдела закупок BASF; Татьяна Овчинникова, руководитель департамента организации мероприятий компании Bayer; Олеся Андреевская, руководитель по специальным мероприятиям MaryKey Russia. Ответить на самый острый и, пожалуй, сложный вопрос – "Клиент всегда прав?" – постарались руководители ведущих event-агентств Москвы, участники дебатов: Евгения Брагина (EventCube), Михаил Воронин («Подъежики»), Владимир Прошко (We Can Group), Дмитрий Дудинский (D2Marketing Solutions), Сергей Князев (холдинг «Князевъ») и Борис Альхимович (Redday).

В рамках первого дня форума прошла презентация нового продукта, призванного перевернуть мир event-индустрий России. Мобильное приложение Tenderman, которое поможет сущетсвенно облегчить процесс проведения тендеров на организацию мероприятий как для клиентов, так и для

подрядчиков.

Одной из ключевых тем дня стала сессия «Event в городе». Ольга Захарова (ЦПКиО им. Горького), Денис Цуканов (ГКУ «Объединенная дирекция «Мосгорпарк»), Феликс Богатков (Red Bul), Екатерина Проничева (ОАО ГАО ВВЦ) и другие рассказали об организации массовых мероприятий и о проблемах, с которыми сталкиваются менеджеры проектов.

Завершением дня стала важная тема

Завершением дня стала важная тема социального ивента как способа продвижения бизнеса. Участниками дискуссии выступили представители компаний КРМG, «Банк Москвы», Mail.ru Group, а также руководитель фонда «Линия жизни». Модерировал сессию руководитель департамента социальной политики ОАО «Мегафон» Максим Мотин.

Второй день Global Event.ru Forum был посвящен ключевым трендам event-индустрии, идеям бюджетных мероприятий, ярким и эффективным event-кейсам российских и европейских компаний от экспертов event-индустрии из Великобритании, Франции, Германии, Италии и Словакии. День открыл Кевин Джексон, признанный самым влиятельным человеком в Европейской event-индустрии, который впервые в России презентовал свое видение будущего индустрии event-маркетинга. Легендарный режиссер Алексей Сеченов поделился с участниками Форума тонкостями и советами по созданию мероприятий со смыслом. Максим Козлов, сооснователь студии Interactive Lab, рассказал о последних новинках и гаджетах, которые могут пригодиться организаторам мероприятий. Денис Астахов, продюсер студии SILASVETA, поделился приемами умелого использования технологий в области освещения/проекций/3d mapping. Илья Балахнин, маркетолог №1 России рассказал о грамотном продвижении event'а в социальных медиа.

Настоящим вдохновением дня для участников стала креативная brainstorm-сессия «Идея на миллион – бюджетный креатив» от главных креаторов страны: Евы Габуловой (AXIS), Петра Иванова (Departament), Дмитрия Рафальского (Branding Lab), Игоря Намаконова, учредителя Most Creative Club, автора проекта «Олимпийские перемены». Креативный десант получал брифы из зала, связанные с организацией мероприятий, и после короткого обсуждения предлагал бюджетные идеи для WOW-проектов. Ведущими сессии стали самые креативные ведущие Алексей Слободянюк и Роман Ильин, дуэт «Кот и Пес».

Третий день традиционно стал полностью практическим. Позитивно подзарядиться после прошедшей накануне вечеринки в клубе Fabrique участники смогли на музыкальных флэш-мобах. А спикеры последнего дня выложились по полной и порадовали участников динамичными выступлениями. Василий Лебедев, ректор школы интегрированных коммуникаций «ИКРА», рассказал о «форме большой идеи» и коммуникационных задачах мероприятия. Тему социальных сетей раскрыли основатели Hello Computers — Максим Яхонтов и Екатерина Ковалева. А режиссер и создатель «Креативного завода» Дарья Кабицкая завершила последний день практической сессией по созданию прорывных предложений и технологиям их защиты. Елена Гращенкова, агентство Event Solution, провела лекцию о коммуникации клиента и агентства. Борис Альхимович и Руслан Сергиенко, партнеры агентства Redday, поделились с участниками успехом своего агентства, покорившего рынок Красноярска и впоследствии покорившего столичную индустрию. Андрей Шешенин, одна из ключевых фигур российской event-индустрии, подготовил практический семинар для руководителей event-агентств.

Авторство идеи и создание проекта Global Event.ru Forum принадлежит двум харизматичным экспертам event-индустрии – Надежде Маковой, руководителю Global Event.ru Forum и главному редактору журнала Event.ru, и Жанне Васениной, генеральному продюсеру проекта.

Основной уникальностью Форума является беспрецедентное объединение ведущих агентств и подрядчиков отрасли, которые в обычной жизни являются конкурентами, возможность обратиться к крупнейшим заказчикам мероприятий, услышать точку зрения каждой из сторон, формирующих индустрию организации специальных событий.

Global Event.ru Forum уверенно закрепил за собой статус ключевого делового события индустрии event-маркетинга, способного сформировать цивилизованный, развитый event-рынок и объединить всех его участников.

Генеральный директор DI Telegraph, площадки проекта, Мария Уварова отмечает: «Помочь экспертам event-индустрии со всей России собраться для обсуждения и обмена опытом — абсолютно естественное желание для нас, как для непосредственного участника рынка. Мы со своей стороны не можем недооценить актуальность проведения отраслевого форума именно в текущей ситуации, когда рынок претерпевает заметные изменения».

Генеральные партнеры проекта: event-arentctbo EventCube, коммуникационное arentctbo Louder, техническое обеспечение и продакшн – MainDivision, arentctbo производства декораций ENFRAME, студия дизайна RussianBrandGardeners, проект CateringConsulting, ассоциация организаторов мероприятий (HAOM).

Организационными партнерами стали более 50 агентств, технических подрядчиков, кейтеринговых компаний, российских профессиональных ассоциаций и артистов, среди которых BSS, ChanteCler catering, Kubrik Catering, Prosto Catering, Viezdnoybanket.ru, WOW Space, DTGroup, Accord, Marriott Grand, Timepad, emTECH, EvenPlatform, MeetPartners, Abbyy Language Services, Киношоу, Videofabrika.ru, Matreshki Project, дуэт «Кот и Пес», Enty Films и другие!

Информационную поддержку Форуму оказали радиостанция Business FM, Sostav.ru, HH.ru, KudaGo.com, журнал «Русский пионер», Superjob, ИД Прайм и другие ведущие издания российского рынка.

Следующий Global Event.ru Forum состоится осенью в Санкт-Петербурге. Все подробности на официальном сайте проекта www.globaleventruforum.ru.