

# Как привлечь людей на мероприятия

И не облажаться

Вадим Орлов для ВузЭкоФест

# Мой опыт

50+ мероприятий, среди которых:

- Бизнес-завтраки
- Трехдневные конференции
- Трансляции на 80 вузов
- Мероприятия в других городах (Saint-Startup)
- Мероприятий для СМИ
- Мероприятия на всех основных площадках Москвы (Digital October, DI Telegraph, Deworkasy, АСИ и тд)

**Итак**

**Что самое важное в  
продвижении мероприятия?**

**Продукт**

# Продукт

Хороший продукт – эффективно решает проблемы целевой аудитории

Например, какие проблемы решает:

1. Лекция о сборе отходов
2. Мастер-класс hr-директора крупной компании о том, как устроиться к ним в отдел корпоративной социальной ответственности

# Что делать, если продукт уже нормальный

- Сообщение/оффер
- Аудитория
- Каналы: оффлайн
- Каналы: онлайн

# Сообщение/оффер

Должен быть:

- Конкретным
- Понятным
- Выделяться
- Одно-два предложение (заголовок + подзаголовок)

Например:

1. Как получить оплачиваемую стажировку в отделе корпоративной социальной ответственности Газпрома уже на втором курсе?
2. Зачем нужно собирать батарейки?

На большом мероприятии офферов должно быть несколько. Офферы нужно тестировать

# Аудитория

Возможная аудитория:

- **Студенты вашего вуза**
- **Студенты-экологи из вашего города**
- Студенты вашего города
- Профессорско-преподавательский состав

Почему и зачем каждая из этих аудиторий должна потратить часть своей жизни на вашу конференцию?

Зачелленджите свой оффер и продукт.

Поговорите хотя бы с 3 представителями первых двух сегментов, чтобы понять, чего не хватает и что они хотели бы видеть

# Каналы: оффлайн

- Плакаты нескольких типов
- Флаера
- Анонсы на релевантных лекциях
- Сарафанное радио

# Каналы: онлайн

Обязательно:

- Тiмeрaд (с телефоном в форме заявки)
- Мероприятие Вконтакте
- Паблики вуза Вконтакте
- Привлечение информационных партнеров на уровне вуза и города (посты, email-рассылки)
- SMS
- Низковисящие яблоки (посты друзей, репосты знакомых групп)

# Зачем использовать разные каналы?

## **Теория 5 точек касания:**

Чтобы рекламная кампания имела максимальный эффект – человек должен получить сообщение в 5 разных каналах

# Бонус: что точно не даст результат

- Любое продвижение плохого продукта в который вы не верите
- Платная реклама без большого бюджета
- Мероприятие в Facebook
- Публикация анонса на сайте вуза
- Публикация в СМИ (только как одно из касаний)
- Контент-маркетинг (написание обычных постов без их продвижения)

# Бонус: что у меня не работало

- Любое продвижение плохого продукта в который вы не верите
- Платная реклама без большого бюджета
- Мероприятие в Facebook
- Публикация анонса на сайте вуза
- Публикация в СМИ (только как одно из касаний)
- Контент-маркетинг (написание обычных постов без их продвижения)

# Бонус: что делать, если полный провал

- Персональный **обзвон** своих релевантных друзей и однокурсников с оффером прийти (не просто – приходи, пожалуйста)
- Сообщения в социальных сетях с оффером всех релевантных студентов вуза (незнакомых)
- Усиленное хождение по лекциям за день и в день мероприятия
- Финальное промо с флаерами на главном входе
- Розыгрыш приза за участие

# One More Thing: Anyconf

Я готов помочь **3** организаторам бесплатно провести ВузЭкоФест с Anyconf:

- Нетворкинг
- Трансляция
- Вопросы спикеру
- Опросы зала
- Полная программа
- Описание каждого выступления
- Сохранение презентации спикера

Для этого нужно написать мне мотивационное письмо в свободной форме

# Спасибо

Надеюсь, что после моего выступления вы будете делать что-то иначе.

Контакты:

[Vk.com/orlowadim](https://vk.com/orlowadim)

[Fb.com/orlowadim](https://fb.com/orlowadim)