

Рынок конференций: есть ли кризис?

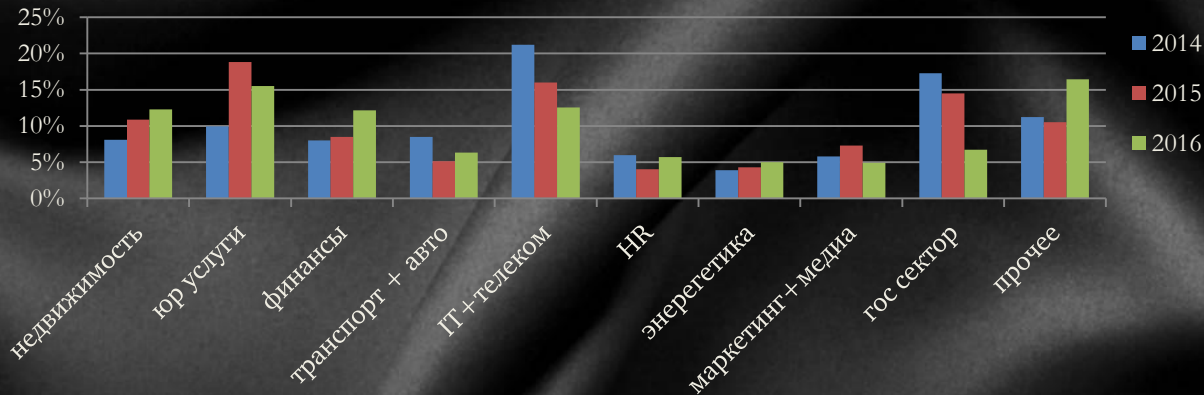
Тренды: конкуренция

- ▶ Рост количества мероприятий с участием государства
- ▶ Повышение качества и роли корпоративных клиентских мероприятий
- ▶ Появление новых профессиональных организаторов, в том числе при ИД и других СМИ

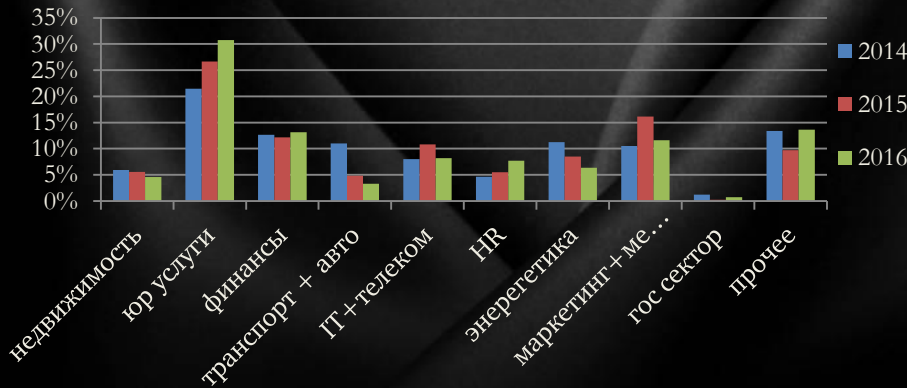
Тренды: потребители

Спонсоры и участники на конференциях Ведомостей

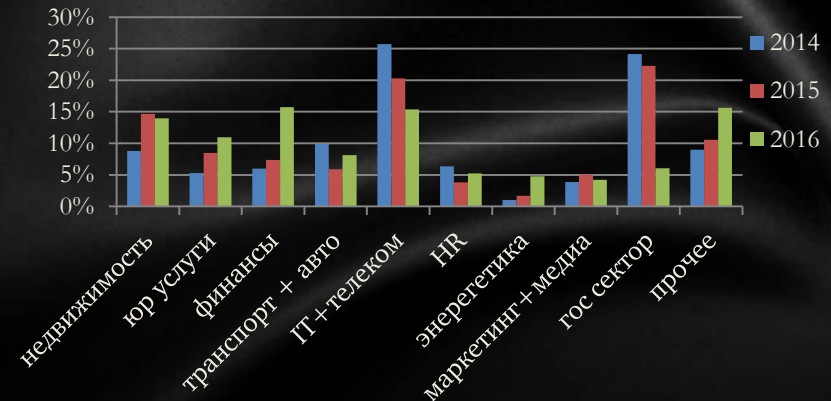
Total income share



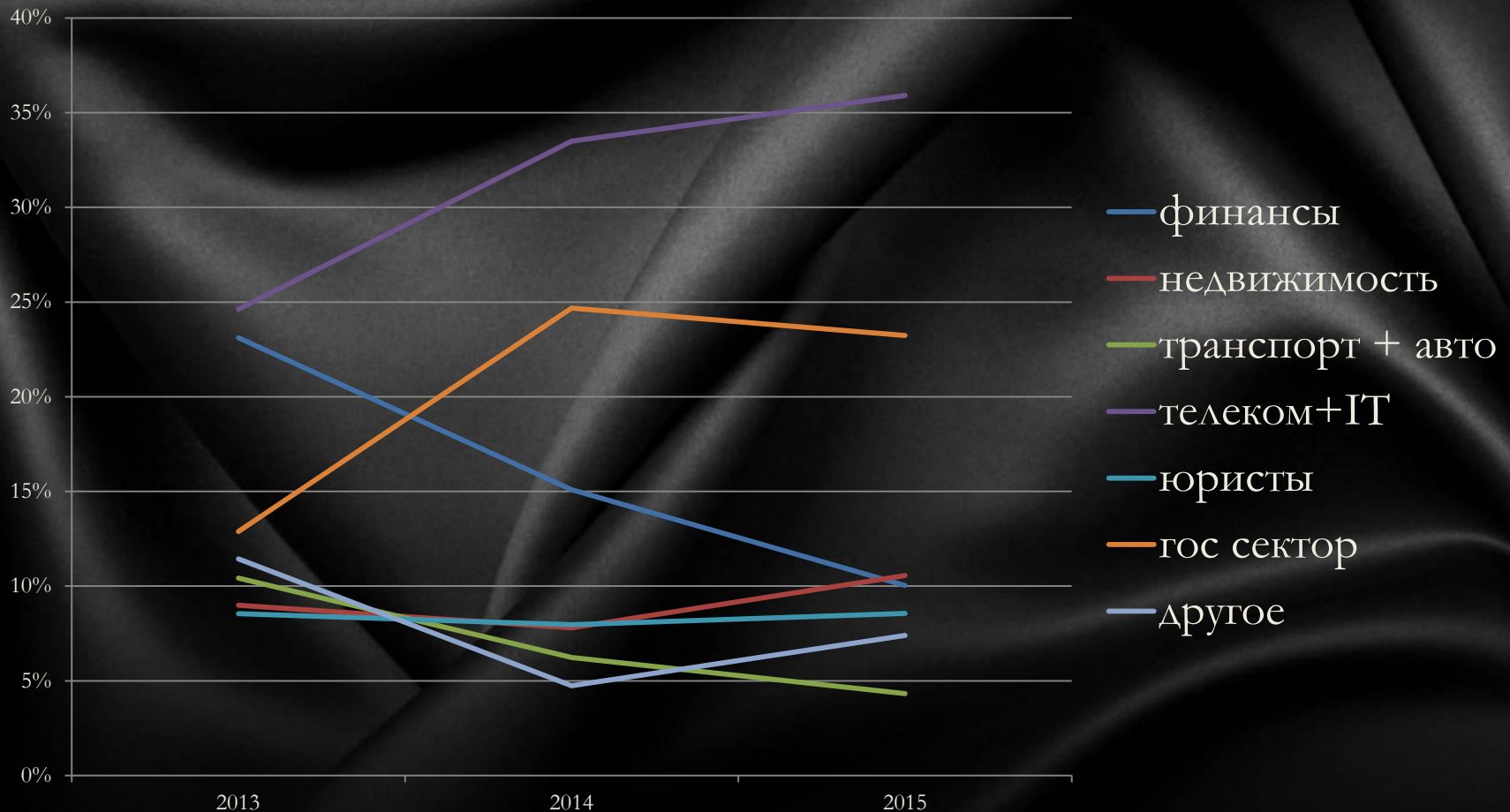
Ticket sales



Sponsorship sales



Спонсорская активность по индустриям (Ведомости)



Запросы потребителей

Спонсоры

- ▶ PR
- ▶ GR
- ▶ Продажи (лиды)
- ▶ Статус
- ▶ Диалог с аудиторией

Участники

- ▶ Контент (ново, полезно, интересно)
- ▶ Networking
- ▶ Бизнес-интересы
- ▶ Статус
- ▶ Развлечение/вдохновение

Результаты эмпирического исследования «Тайный покупатель» 2015

#	Области сравнения	#	Области сравнения
1	Анонсирование	9	Управление расписанием
2	Коммуникация ДО события	10	Место
3	Сбор. Регистрация	11	F&B
4	Спикеры	12	Спонсоры и партнеры
5	Структура. Драма. Постановка.	13	Роль организатора
6	Модерирование	14	Материалы
7	Участники	15	Follow-up
8	Дискуссия		

Результаты эмпирического исследования «Тайный покупатель» 2015

Новые
знания и
навыки

Networking

Зрелище

Цеховой
обмен
мнениями

Организаторы

●	●	●	●	№1
●	●	●	●	№2
●	●	●	●	№3
●	●	●	●	№4
●	●	●	●	№5

Людей посмотреть.
Себя показать.

Есть ли кризис?

Кризис идей

- ▶ Контент
- ▶ Подача
- ▶ Потенциальные партнеры

Антикризисные стратегии (на примере The Moscow Times Conferences)

- ▶ Повышение качества контента
- ▶ Увеличение времени подготовки и продажи проекта
- ▶ Сокращение расходов и их оптимизация
- ▶ Поиск новых ниш и путей к аудитории

Контакты

Ольга Орешникова

Директор департамента конференций

Ведомости

The Moscow Times

o.orechnikova@vedomosti.ru