



# Как угадать, где будет задница

(речь про маркетинговые проекты, если что)

**Павел Овчинников**

Директор по маркетингу, ELMA

**ПРО  
ЖЕК  
ТОР**

# Риски в маркетинговых мероприятиях

- Не сумеем (в концепции всегда круче, чем в реализации)
- Не хватит времени (тут все понятно)
- Не хватит ресурсов (дорогие площадки, мало людей, не купим спикера)
- *Внешние факторы: подрядчики, болезни, стихийные бедствия*



**РИСК 1. Не сумеем**




**ПРО  
ЖЕК  
ТОР**

# Риск 1. НЕ СУМЕЕМ

**ВЕБИНАР**

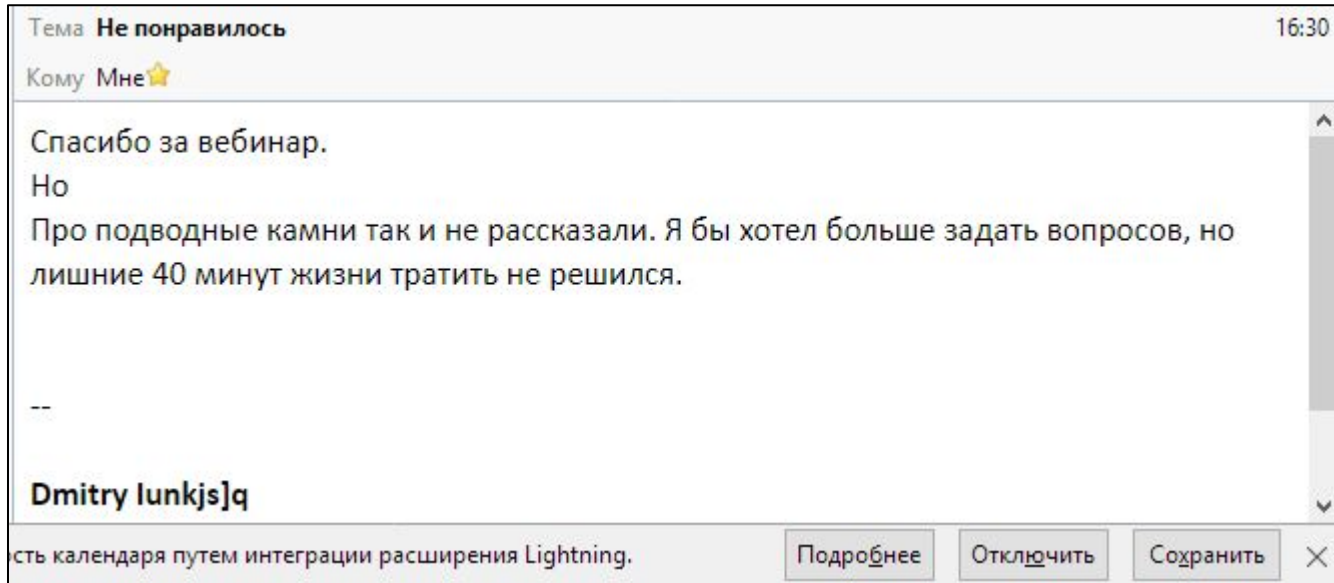
**VRM по любви или расчету**  
Как не разбить бизнес-процессы  
о подводные скалы цифровой  
трансформации

ПРЯМОЙ ЭФИР



- 280+ участников
- Команда из 3 человек и 2 спикеров
- ~30 часов  
трудоемкость

# НЕ СУМЕЕМ



- Контента не хватило на поддержку изначальной концепции
- Докладчики построили рассказ на комфортной для себя тематике
- Докладчики не стали доигрывать тематику 14 февраля

# ПРИЗНАКИ ТОГО, ЧТО ЗАДНИЦА БУДЕТ

- Подготовка тезисов шла без участия РП
- РП и спикеры — работали в удаленном режиме. Не было запланировано промежуточных замеров готовности контента
- Спикеры не начали делать доклад сразу и под контролем РП (это в экспериментальной-то теме)
- До последней недели не был готов шаблон презентации

## КАК НЕ ПОПАСТЬ В ЗАДНИЦУ

- Строим концепции только по имеющемуся контенту
- Не ждем от спикеров того, к чему они не готовы
- Эксперименты только там, где можно нажать стоп-кран.
- Не надо выпендриваться



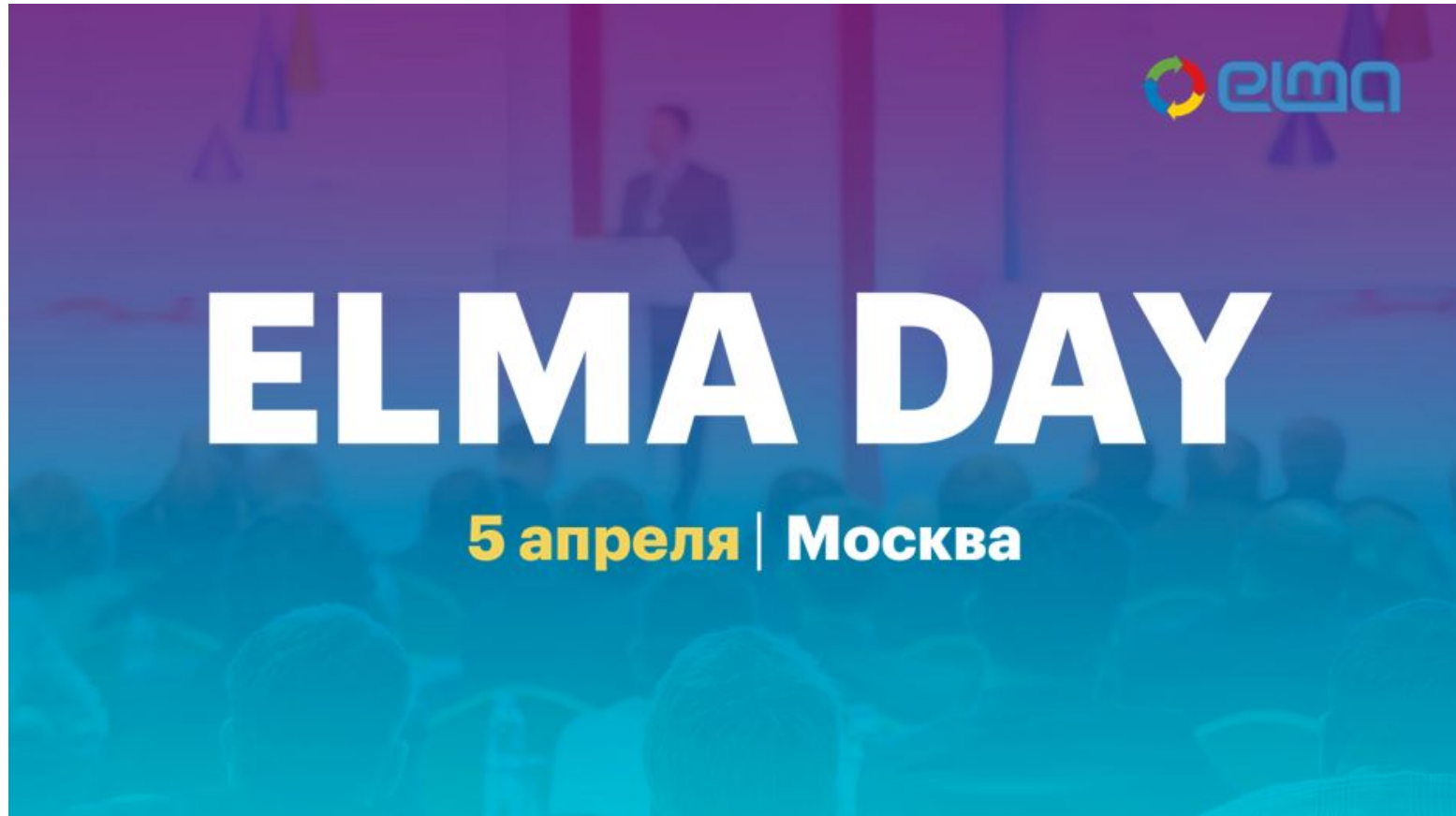
**РИСК 2. Не успеем**

**ПРО  
ЖЕК  
ТОР**



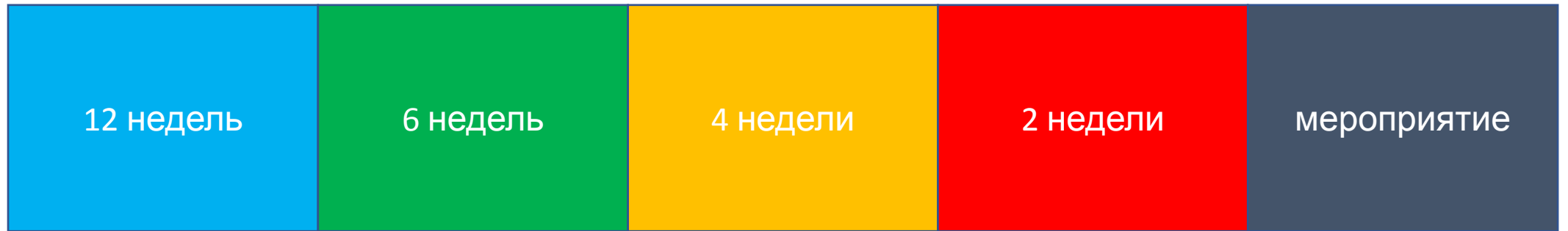


## Риск 2. НЕ ХВАТИТ ВРЕМЕНИ



- 300+ участников
- 17 человек делегация из Ижевска
- Команда из 5 сотрудников
- ~700 часов трудоемкость

# КОМФОРТНЫЙ ЦИКЛ МЕРОПРИЯТИЯ



Препродакш  
н

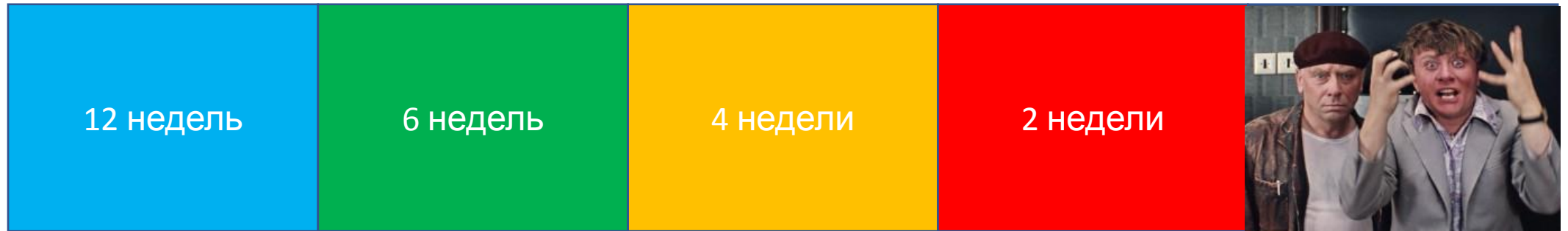
Анонс и  
продакшн

Активный  
промоушн

QA

Релиз

# КОГДА ПОНЯТНО, ЧТО БУДЕТ ЗАДНИЦА



РП только начинает планировать

Когда поставлены задачи

Когда началась работа

Когда РЕАЛЬНО началась работа

# ПРИЗНАКИ ТОГО, ЧТО ЗАДНИЦА БУДЕТ

ELMA DAY: Практика цифровой трансформации бизнеса 2018  
 File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help Last edit was 6 hours ago

SHARE

fx	14.03												
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Задача	Ответственный	14.03	15.03	16.03	17.03	18.03	19.03	20.03	21.03	22.03	23.03	24.03
2	Продвижение		Список приглашений										
3	Задача сейлам + приглашение	Овчинников	отправлено	встреча с сейлами				контроль				ПНУТЬ!	
4	ПИСЬМО УЧАСТНИКОВ												
5	Задача Белозеровой для приглашения партнерам	Овчинников			Подготовить рассылку по партнерам			Отправить рассылку			Рассылка партнерам с программой		
6	Массовая рассылка приглашений	Калинина								Смотрим на статистику		решаем	
7	Анонс на сайте и в социальных сетях	Калинина						подготовить баннеры	Смотрим на статистику и запускаем анонс			Анонс	
8	Рекламная кампания	Шутова										НЕТ ДИЗАЙНА	
9	Приглашения СМИ	Овчинников		Отправлены дополнительные сообщения на Facebook	Контроль							Контроль	
10	Анонс на АВРМР Russia	Овчинников	отправил приглашение Юлии Вагнер FB	Контроль	Принято!			Публикуем					
11	Анонсы на Facebook + БП для больших	Калинина						подготовить баннеры		Смотрим на статистику и запускаем анонс		БП для больших	
12	Дизайн												
13	Приглашение для вложения	Фасхутдинова	готово										
14	Баннеры для продвижения							баннеры для анонсов на Facebook					
15	Дизайн письма-подтверждения	Фасхутдинова		готово									
16	Каталог решений	Фасхутдинова		решаем какие	Пишем контент			разработка					
17	Пресс-воллы	Фасхутдинова		решаем какие	Поставлена задача			разработка					
18	Буклет-программка мероприятия	Фасхутдинова			решаем какой	Паша пишет контент		разработка					
19	Бейджи	Фасхутдинова		Концепция	Поставлена задача								
20	Роллапы	Фасхутдинова		решаем какие	Поставлена задача на первые 2			разработка				печать	
21	Приглашения на афтепати	Фасхутдинова			раработка							печать	
22	Лендинг	Фасхутдинова		выкладка первой шаблонной части программы					доверстка спикеров и программы				

# ПРИЗНАКИ ТОГО, ЧТО ЗАДНИЦА БУДЕТ

ELMA DAY: Практика цифровой трансформации бизнеса 2018 ☆

SHARE

fx	14.03	A	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1		<b>Задача</b>	<b>21.03</b>	<b>22.03</b>	<b>23.03</b>	<b>24.03</b>	<b>25.03</b>	<b>26.03</b>	<b>27.03</b>	<b>28.03</b>	<b>29.03</b>	<b>30.03</b>	<b>31.03</b>	<b>1.04</b>	<b>2.04</b>	<b>3.04</b>	<b>4.04</b>	<b>5.04</b>
2		<b>Продвижение</b>																
3		Задача сейлам + приглашение			ПНУТЫ!			ПНУТЫ!	ПНУТЫ!						ПНУТЫ!			
4		<b>ПИСЬМО УЧАСТНИКОВ</b>													подготовка	рассылка участникам!		
5		Задача Белозеровой для приглашения партнеров		Рассылка партнерам с программой														
6		Массовая рассылка приглашений	Смотрим на статистику		решаем				НЕ ДЕЛАЕМ									
7		Анонс на сайте и в социальных сетях			Анонс				Социалки						сделать пост со спикерами			
8		Рекламная кампания			НЕТ ДИЗАЙНА			Запуск										
9		Приглашения СМИ			Контроль			Контроль	Контроль									
10		Анонс на АВРМР Russia																
11		Анонсы на Facebook + БП для больших	Смотрим на статистику и запускаем анонс		БП для больших					Напоминание								
12		<b>Дизайн</b>																
13		Приглашение для вложения																
14		Баннеры для продвижения																
15		Дизайн письма-подтверждения																
16		Каталог решений								отправка в печать			отправка в печать					
17		Пресс-воллы							отправка в печать									
18		Буклет-программка мероприятия								печать								
19		Бейджи							печать								ПЕЧАТЬ	
20		Роллапы			печать												уехали	
21		Приглашения на афтепати			печать										забрать из печати			
22		Лендинг	з и программы					выкладка спикеров и										

# КОГДА ПОНЯТНО, ЧТО БУДЕТ ЗАДНИЦА



# ПРИЗНАКИ ТОГО, ЧТО ЗАДНИЦА БУДЕТ

- РП не уложился в собственный календарь с первой же недели
- РП не заложил время на коммуникации — +2-3 недели минимум
- Весь принт отложен на последние 2 недели
- Драфт программы не привязан к анонсу
- Релиз лендинга и анонса не привязан к календарю: не было промежуточных дедлайнов
- Команда маркетологов была зависима от дизайнеров

# КАК ИЗБЕЖАТЬ ЗАДНИЦЫ СО СРОКАМИ

- ~~Не догонять проекты, если сразу пошли нарушения календаря~~  
(так не делаем)
- Закладывать в проект время на менеджмент +10-15%
- Придумать 3 дедлайна: для исполнителей, для РП (точка невозврата) и ИСТИННЫЙ.
- Сделай себе и коллегам календарь
- Трахать всем мозг  
(да, к сожалению)





## РИСК 3. Не хватит ресурсов



**ПРО  
ЖЕК  
ТОР**

## НЕ ХВАТИТ РЕСУРСОВ



- ~500 участников
- 9 человек делегация из Ижевска
- Ядро из 3 сотрудников
- ~180 часов трудоемкость

# КАК СЧИТАЛИ БЮДЖЕТ

130%

- Оптимистичный бюджет

100%

- Реалистичный бюджет

50-75%

- Пессимистичный бюджет

# КАК НАДО БЫЛО СЧИТАТЬ

100%

- Оптимистично: мы отбиваем 100% затрат

50/50

- Реалистично: возвращаем половину

25%

- Пессимистично: четверть

# ПРИЗНАКИ ТОГО, ЧТО ЗАДНИЦА БУДЕТ

- Бюджет считали по принципу «оптимистично, значит, больше», а надо было «оптимистично, значит, меньше»
- Слишком много внешних факторов: препродакшн проекта целиком на внешних ребятах
- Не было прямой коммуникации с ИТ-сообществом Кирова
- Ижевск не Киров
- Драфт программы не привязан к анонсу
- Заранее не было четкого понимания, как продавать билеты (соотношения продаж и подарков)

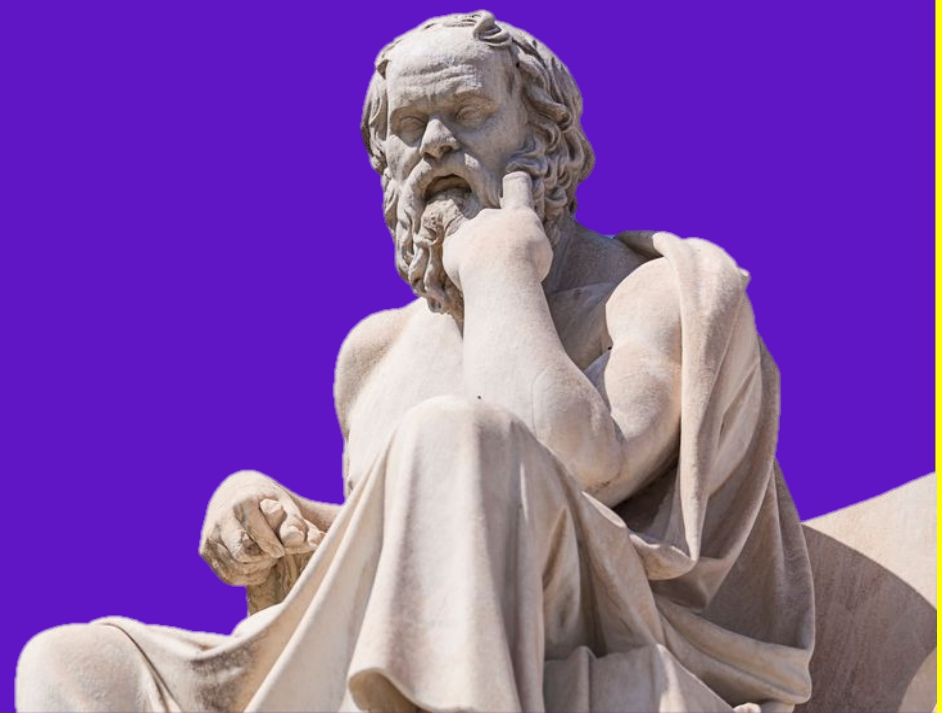
# КАК ИЗБЕЖАТЬ ЗАДНИЦЫ С БЮДЖЕТАМИ

- Придумывать 3 варианта бюджета и утверждать ВСЕ
- Закладывай 20-30% непредвиденных
- Сделай платежный календарь и утверди его с руководством
- Большие платежи дальше от релиза. Особенно, если валютные счета
- Читай договоры про возвраты средств!



**САММАРИ**

**ПРО  
ЖЕК  
ТОР**



# ОБЩИЕ РИСКИ

- Никто не придет (*такого не было, кстати*)

Дропаут – 15-20% в оффлайне, 30-40% в онлайн. Надо +1 рекламную кампанию про запас.

- Не придут журналисты

Звать на 1-2 СМИ больше, чем нужно

- Не придут спикеры (попадут под машину, заболеют, опоздают)

План В – в программе дискуссия вместо доклада.

- Технический сбой

Видео и презентации — во всех форматах, запасные флипчарты, запасные батарейки, запасной ноутбук.



# ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

- **Метод отказа**

Отказываться от экспериментов там, где нельзя быстро спрыгнуть. Мероприятия — слишком рискованно, чтобы проверять гипотезы.

- **Избавиться от «цементных» задач вообще или не закладывать их на финал**

печать программы, печать бейджей, печать списка участников — все то, что может измениться в последний момент.

- **Аутсорсинг затратных рисковых функций**

Не можешь — найми того, кто может

- **Формирование резервов или запасов (метод принятия)**

+2 недели на менеджмент и коммуникации, +30% в бюджет, пригласить на 2-3 спикера больше

- **И ДРУЖИ СО СВОИМИ МАРКЕТОЛОГАМИ!**



**Спасибо за внимание!**

[facebook.com/pavel.ovov](https://facebook.com/pavel.ovov)

@ov\_ov

**ПРО  
ЖЕК  
ТОР**