



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

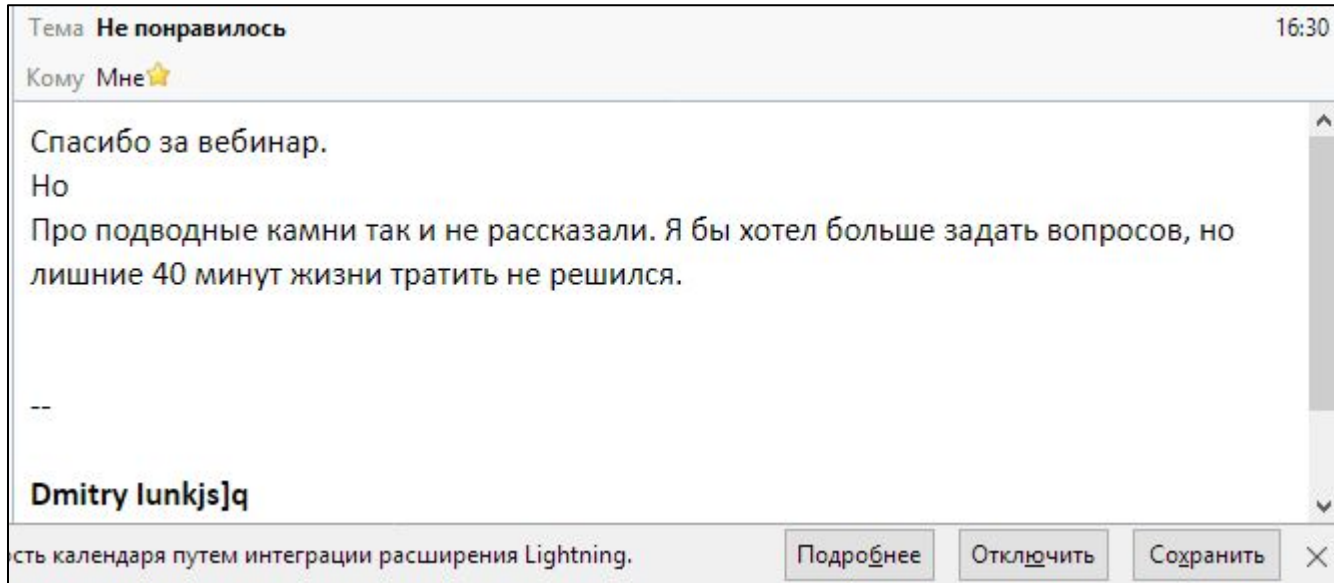
VRM по любви или расчету
Как не разбить бизнес-процессы
о подводные скалы цифровой
трансформации

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

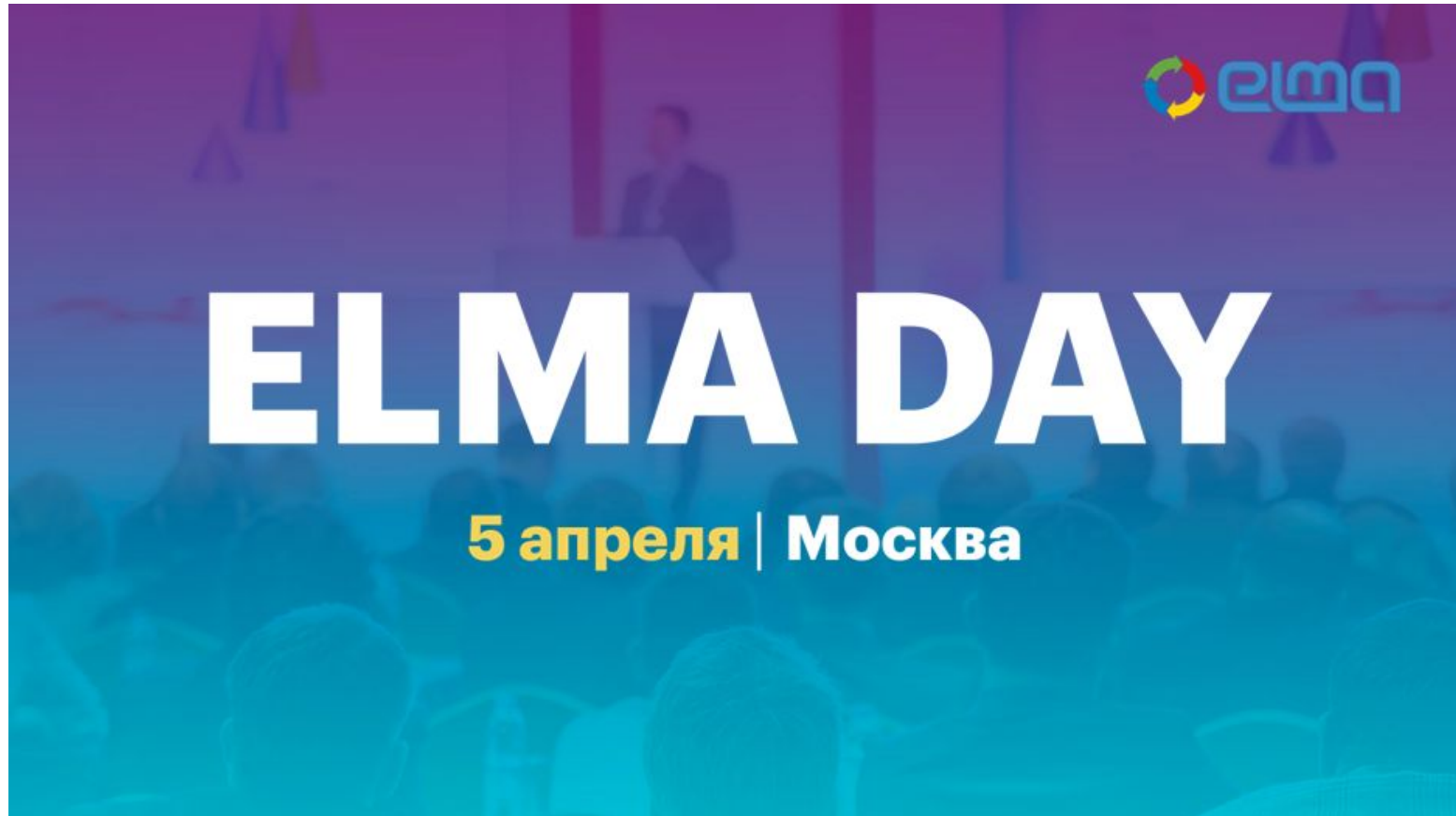


РИСК 2. Не успеем

**ПРО
ЖЕК
ТОР**

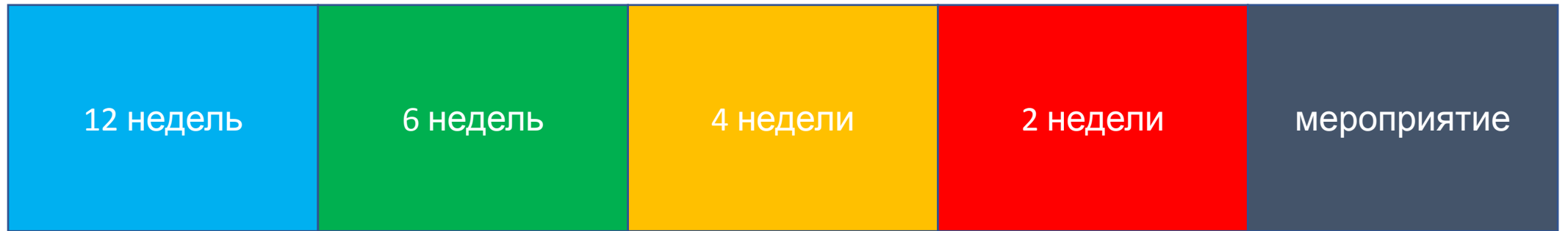


Риск 2. НЕ ХВАТИТ ВРЕМЕНИ



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

КОМФОРТНЫЙ ЦИКЛ МЕРОПРИЯТИЯ



Препродакш
н

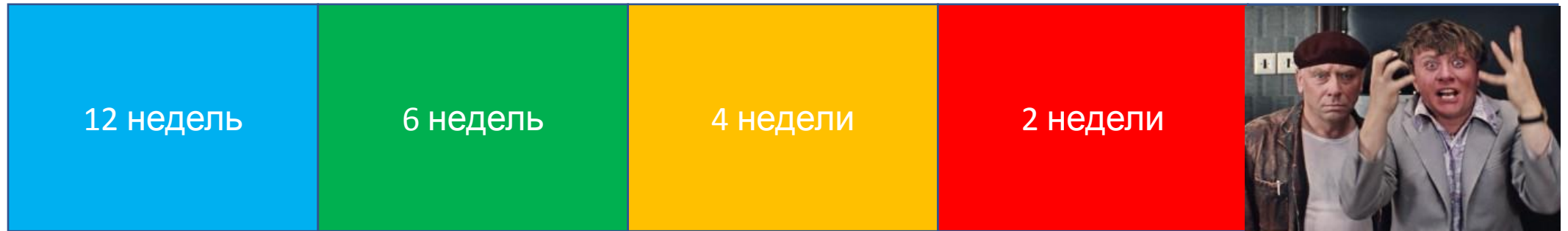
Анонс и
продакшн

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 ☆

File Edit View Insert Format Data Tools Add-ons Help Last edit was 6 hours ago

100% £ % .0_ .00 123 Arial 12 B I U A

fx	14.03	A	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1		Задача	21.03	22.03	23.03	24.03	25.03	26.03	27.03	28.03	29.03	30.03	31.03	1.04	2.04	3.04	4.04	5.04
2		Продвижение																
3		Задача сейлам + приглашение			ПНУТЫ!			ПНУТЫ!	ПНУТЫ!						ПНУТЫ!			
4		ПИСЬМО УЧАСТНИКОВ													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		Дизайн																
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)

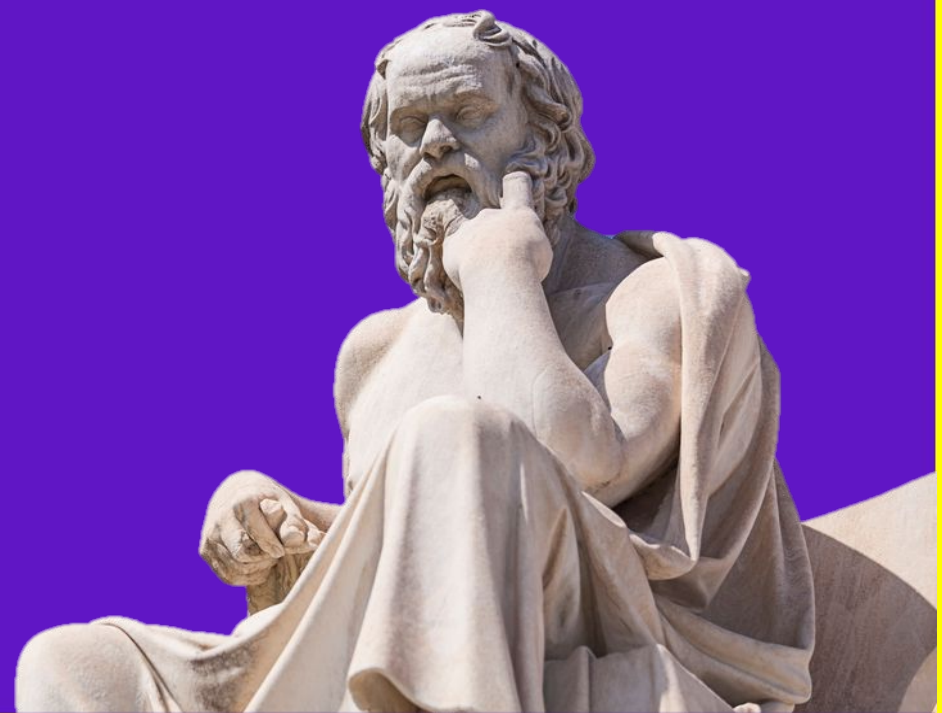
КАК ИЗБЕЖАТЬ ЗАДНИЦЫ С БЮДЖЕТАМИ

- 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

[@ov_ov](#)

**ПРО
ЖЕК
ТОР**