



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР

**Event LIVE**

ДЕЛОВОЙ ПОРТАЛ ДЛЯ  
ПРОФЕССИОНАЛОВ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

Экспресс исследование  
Выставочного научно-исследовательского центра  
(ВНИЦ) R&C и делового портала для профессионалов ивент  
индустрии Event LIVE при поддержке Конгрессного центра  
«Петроконгресс»



# ПУСТЬ ГОВОРЯТ! О спикерах и модераторах

## Об исследовании:

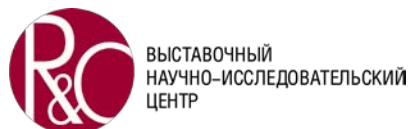
От того, насколько удачно подобраны спикеры и модераторы, напрямую зависит успех деловой программы мероприятия. При этом подбор и взаимодействие с кандидатами на эту роль – всегда непростой процесс, который способен вымотать даже опытного организатора.

Как сформировать идеальную деловую программу для конференции? Где искать спикеров? Из каких стран приглашать экспертов? Платить, или можно пригласить выступить за бартер? Стоит ли договариваться со спикером без контракта – на словах? Может ли деловое мероприятие модерировать человек без экспертных знаний в отрасли?

Этим вопросам посвящено настоящее исследование, проведённое силами Выставочного научно-исследовательского центра (ВНИЦ) R&C и делового портала для профессионалов ивент индустрии Event LIVE. Чтобы установить, каких подходов при составлении деловой программы придерживаются российские организаторы мероприятий, и как они взаимодействуют со спикерами, мы опросили 22 крупные российские компании, специализирующиеся на проведении деловых мероприятий. Респондентами выступили сотрудники, ответственные за составление деловой программы.

## Ключевые выводы

- Согласно опросу, почти половина организаторов деловых мероприятий (46%) предпочитают искать спикеров для своих мероприятий среди организаций, представленных на рынке, а 30% респондентов приглашает в качестве спикеров представителей партнёрских компаний. **Только 5% программных директоров целенаправленно отслеживают публикации профессионалов отрасли по тематике мероприятия в медиа.**
- Около 40% организаторов сходятся во мнении, что **на мероприятии должно быть по меньшей мере три спикера-хедлайнера, чтобы привлечь внимание целевой аудитории.** Однако некоторые предпочитают приглашать по одному «звездному» спикеру на каждый модуль конференции. Иностранные спикеры чаще всего приезжают на российские конференции спикеров из стран СНГ, Германии, Австрии и стран Восточной Европы.
- Многие организаторы доверяют спикерам на слово: **43% респондентов не организуют репетиции для выступающих, 29% – не подписывают с ними официальные контракты.** Чтобы обезопасить себя, некоторые опрошенные предпочитают заранее услышать спикера на другом мероприятии либо увидеть запись его выступления.
- **40% программных директоров приглашают спикеров на бартерных условиях,** предоставляя свой ивент в качестве площадки для продвижения личного бренда выступающего. 31% готовы возместить спикерам расходы на проживание и дорогу до места мероприятия.
- Подавляющее большинство – **81% – организаторов не пользуются услугами спикерских бюро, а 42% не доверяют модерировать мероприятия или отдельные сессии фасилитаторам.** В то же время ивенторы, в целом, **готовы предоставить сессию партнёрам для организации «под ключ» (с этим утверждением согласились 62% респондентов, правда 19% из них – с различными оговорками, например, если партнёры выступают спонсорами мероприятия).**
- **77% организаторов используют спикеров для продвижения мероприятия,** разными способами интегрируя их медийные ресурсы в промокампанию.



Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C – единственная в России компания, предоставляющая полный спектр маркетинговых и консалтинговых услуг в ивент индустрии. За более чем 20-летнюю историю ВНИЦ R&C собрал масштабную методологическую базу, которая регулярно пополняется актуальными материалами. Среди проектов ВНИЦ R&C – Евразийский Ивент Форум (EFEA), Форум Event LIVE, Рейтинг событийного потенциала регионов России (выпускается ежегодно с 2014 года), серия словарей и справочников «Библиотека ВНИЦ R&C», Менторская программа для начинающих специалистов ивент индустрии Event TALENTS и другие отраслевые проекты.

Деловой портал для профессионалов ивент индустрии Event LIVE – это источник идей, новостей, знаний и экспертных оценок рынка для профессионалов событийной отрасли в России и странах ЕАЭС. Event LIVE – это новости о главных событиях в сфере ивента в России и за рубежом, мнения российских и зарубежных экспертов, подборки трендов и советов для организаторов мероприятий, успешные кейсы ведущих ивент агентств, редакционные статьи на самые актуальные темы, календарь отраслевых мероприятий. Event LIVE – это сообщество коллег-организаторов в разных сегментах индустрии встреч.

Конгрессный Центр (КЦ) «ПетроКонгресс» является площадкой, предлагающей услуги организации и проведения конгрессных мероприятий (конгрессов, форумов, конференций, симпозиумов, выставок, официальных приёмов, деловых встреч, торжественных церемоний, презентаций, образовательных программ и специальных акций) на высоком международном уровне. Главная миссия КЦ «ПетроКонгресс» — поддержка бизнес-сообщества в формировании и развитии деловых контактов, а также содействие в развитии эффективного сотрудничества государства и бизнеса.

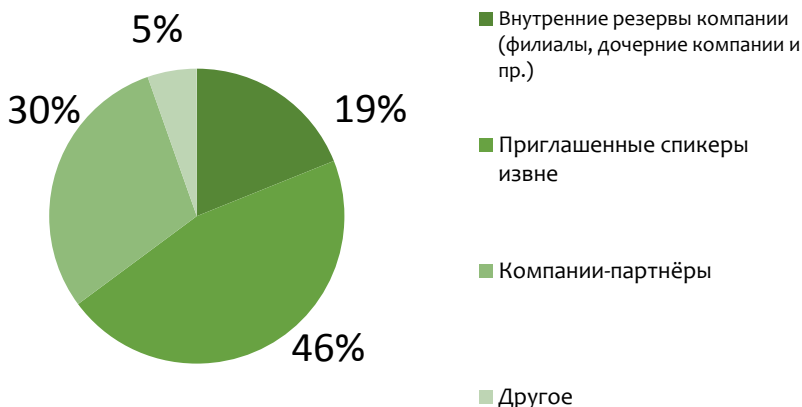
## 30% организаторов деловых программ приглашают на мероприятия партнёров в качестве спикеров

Почти половина программных директоров (46%) предпочитают искать спикеров для своих мероприятий среди организаций, представленных на рынке, а 30% респондентов приглашают в качестве спикеров представителей партнёрских компаний. 19% компаний при составлении деловой программы задействуют внутренние резервы: на мероприятиях выступают сотрудники агентства-организатора, его филиалов и дочерних компаний. Также некоторые программные директора отслеживают публикации по тематике мероприятия в отраслевых изданиях или связываются с лидерами мнений напрямую через социальные сети (5%).



**Элина Ютелите,**  
консультант,  
президент MPI Belgium

### Как вы формируете спикерский состав, и к каким резервам обращаетесь при поиске интересных спикеров?



Прежде чем начать составление программы, проанализируйте, кто ваш клиент? В какой отрасли он работает? Откуда приедет на мероприятие? Сколько человек в его компании, какой у нее оборот? Это новичок? Опытный пользователь? Амбассадор?

Проанализируйте его «больные места» во взаимодействии с вашим продуктом. Стратегия ивента будет нацелена на то, чтобы довести участника в точку, которая обеспечит желаемые бизнес-результаты.

Соответственно, деловые программы для ваших мероприятий вы станете создавать с этой целью.



## География спикеров – Россия, СНГ, Германия, Австрия

В основном организаторы приглашают выступить на своих мероприятиях специалистов внутреннего рынка. Иностранцы спикеры чаще всего приезжают на российские конференции спикеров из стран СНГ, Германии, Австрии и стран Восточной Европы. Реже – из Финляндии, Норвегии и Великобритании и почти никогда из Японии, США и Индии.



**Александр  
Островский,**

Руководитель  
конгрессного центра  
«Петроконгресс»

Великобритания  
Австрия Италия  
Франция Венгрия  
Япония США  
Финляндия  
**Россия**  
Норвегия СНГ  
Казахстан Индия  
Германия  
Европа

“ В конгрессном центре «ПетроКонгресс» созданы все условия для проведения международных мероприятий и комфортной работы иностранных спикеров. В центре оборудованы 2 специальных помещения для работы переводчиков-синхронистов.

Дистанционная работа переводчиков экономит место и исключает лишние шумы в зале. Для участников же мероприятия имеется 1000 приёмников синхронного перевода и отлаженный алгоритм сбора и выдачи для каждого зала.

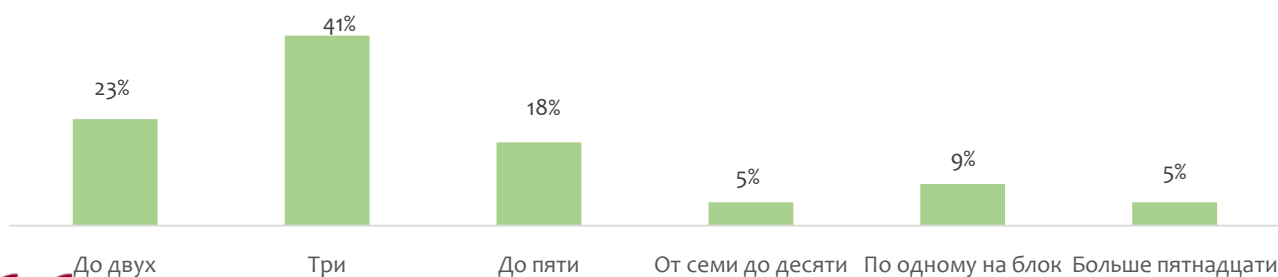
Оборудование лучших производителей позволяет качественно и бесперебойно осуществлять перевод и трансляцию звука.

”

## Чтобы мероприятие привлекло внимание целевой аудитории необходимо хотя бы три спикера-хедлайнера

Именно так считает большинство наших респондентов. Из них 23% организаторов на свои мероприятия считает необходимым позвать по крайней мере два топовых спикера, а 18% склоняются, что их должно быть не меньше пяти. Некоторые прорабатывают свою программу глубже, приглашая по одному хедлайнеру на каждый модуль (9%). Находятся и такие программные директора, у которых все спикеры – хедлайнеры (около 5% респондентов признались, что привлекают на мероприятия по меньшей мере 15 звёзд).

### Сколько топовых спикеров необходимо, чтобы мероприятие привлекло внимание вашей целевой аудитории?



Узкоспециализированные специалисты, не обладающие ярко выраженной харизмой и умением качественно оформлять контент в полноценное выступление, могут успешно выступать на параллельных программах. На них чаще всего слушатели приходят целенаправленно, имея уже представление о теме, для них важна информация, а не её подача.

**Но для широкой аудитории такой спикер не подойдет. Слушателям быстро станет скучно. Хедлайнеры повышают лояльность аудитории, за них готовы платить деньги.**

К примеру, на Synergy Global Forum-2019 это был Арнольд Шварценеггер. Этого спикера многие люди знают с детства. Речь Арнольда была выстроена в формате непринуждённой беседы о спорте и творчестве, личных достижениях и неудачах. Такие выступления создают в зале определённую атмосферу — вдохновляют слушателей, дают возможность осмыслить пережитый опыт другого человека, сделать определенные выводы.



**Екатерина Барсукова**

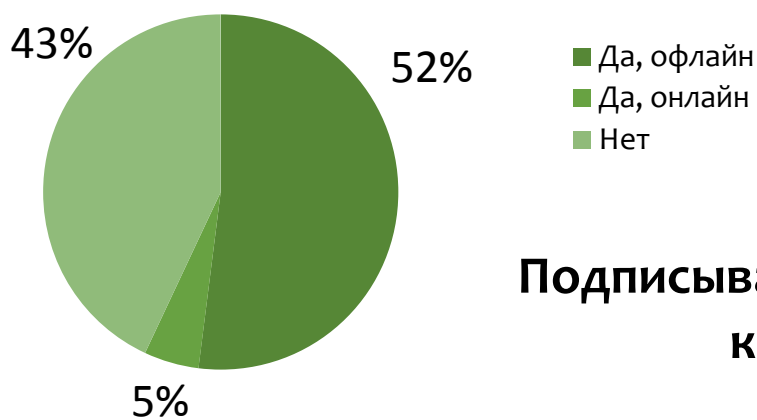
директор спикерского агентства Корпорации «Синергия»

## 43% организаторов не организуют репетиции для спикеров, 29% – не подписывают с ними официальные контракты

Портал TEDx рекомендует организаторам локальных конференций TEDx Talk проводить репетиции еженедельно и даже ежедневно, если до мероприятия осталась неделя. В России 57% организаторов проводит для спикеров генеральные прогоны, и всего 5% делают это онлайн. Остальные ограничиваются брифингом.

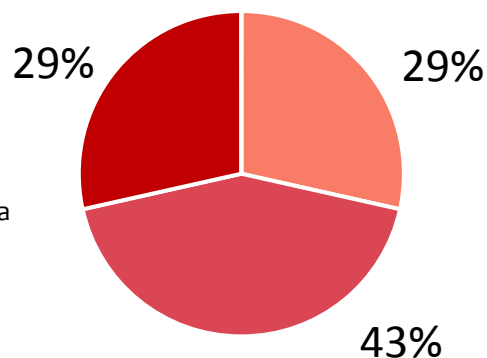
29% организаторов признались также, что не заключают договора со спикерами. В этом случае все условия сотрудничества обговариваются устно, либо в форме неофициальных письменных соглашений. Впрочем, 42% их коллег идут на заключение договоров, если намерены заплатить спикеру гонорар. Ещё около 29% программных директоров подписывают договора со всеми спикерами, вне зависимости от любых условий. Чтобы проверить уровень профессионализма потенциального спикера, некоторые организаторы посещают другие его выступления на отраслевых мероприятиях или запрашивают видео с его предыдущих проектов.

### Проводите ли вы со спикерами генеральные прогоны, репетиции?



- Нет, обходимся устными договоренностями, либо неофициальными соглашениями
- Только в случае, если предусмотрен гонорар для спикера
- Да, всегда подписываем официальный договор

### Подписываете ли вы официальные контракты со спикерами?

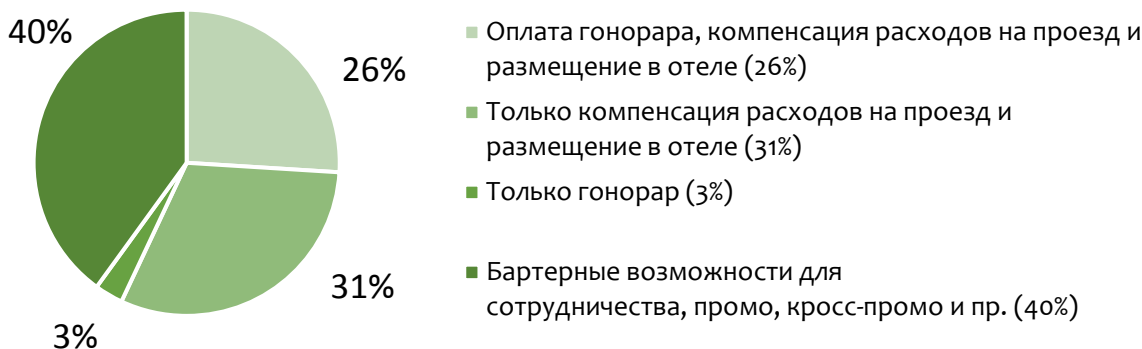




## 40% организаторов не платят спикерам за выступление

Согласно исследованию, только четверть респондентов готовы заплатить спикеру гонорар и компенсировать расходы на проезд и размещение в отеле (26%). Более чем в полтора раза популярнее подход с бартерными условиями (40%). 31% респондентов берут на себя расходы на проживание спикера и дорогу до места мероприятия, а 3% просто выплачивает выступающим оговорённую сумму. Важно отметить, что данный вопрос подразумевал выбор вариантов, чем воспользовались многие респонденты. Очевидно, размер расходов на спикера зависит от степени его авторитета.

### На каких условиях вы чаще всего приглашаете спикеров на свои события?



Крутой спикер на то и крутой: одними охватами и/или деньгами вы его на своё событие не привлечёте. Прежде всего, он должен разделять с вами одни и те же ценности, мероприятие должно у него откликаться. Важно понимать, что вы пропагандируете одни и те же идеи. Кстати, **зачастую идея может быть важнее гонорара**. Даже очень востребованные спикеры могут выступить бесплатно, если ваши миссии совпадают.

**Екатерина Скачек,**

генеральный директор  
Международного фестиваля  
здорового образа жизни и спорта SN  
PRO EXPO FORUM



## 81% организаторов не пользуются услугами спикерских бюро, а 42% не приглашают фасилитаторов

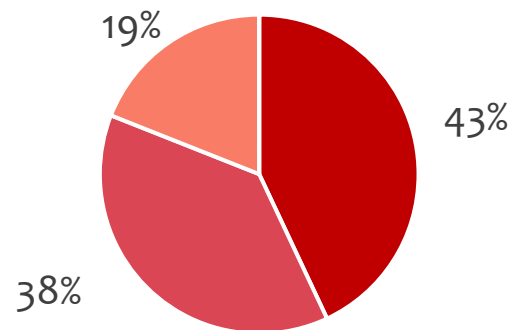
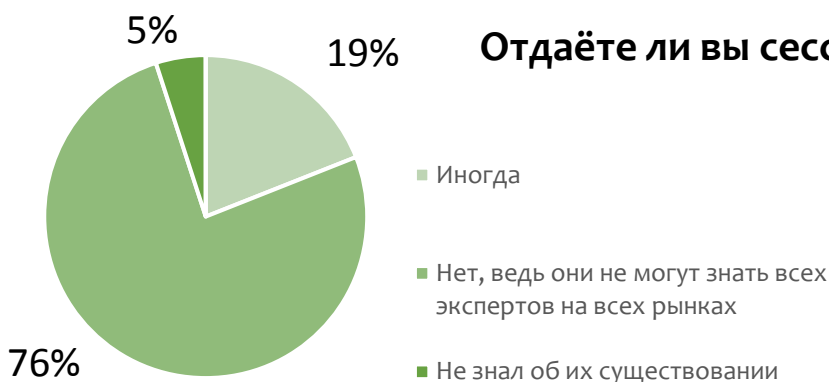
Спикерские бюро и бюро модераторов позиционируют себя как инструмент, призванный упростить подготовку мероприятия без ущерба его качеству. Однако в основном организаторы не готовы делегировать подбор выступающих.

19% ивенторов иногда обращаются в спикерские бюро, остальные занимаются этим вопросом самостоятельно. 76% уверены, что в базе спикерских бюро не может быть всех отраслевых экспертов, которые существуют на рынке, а 5% и вовсе не знали о существовании подобных бюро.

Однако многие программные директора готовы отдать целую сессию на аутсорс партнёрам мероприятия (43%). 38% респондентов высказались против проведения сессий партнёрами «под ключ», а 19% согласны с определенными оговорками:

- гарантировано четкое соответствие концепции всего мероприятия;
- партнёры обладают достаточной экспертизой, и сессия помогает усилить мероприятие;
- с предложением выступают спонсоры.

### Пользуетесь ли услугами профессиональных агентств по подбору спикеров, коммуникационных бюро, спикерс-бюро?

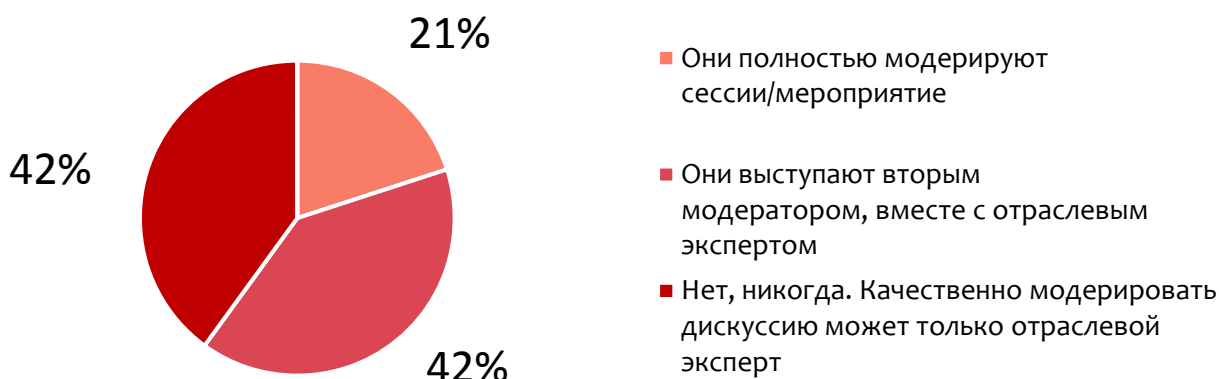


### Отдаёте ли вы сессии на своем мероприятии партнёрам «под ключ»?

■ Да ■ Нет ■ Да, с условиями

И только 21% опрошенных организаторов приглашают фасилитаторов в качестве единственного модератора на деловую сессию или мероприятие. 42% привлекают к ним в пару отраслевых экспертов, и столько же вообще не готовы пользоваться их услугами.

## Приглашаете ли вы профессиональных модераторов?



Причины приглашения модератора-эксперта очевидны: он глубоко разбирается в теме, владеет тонкостями профессиональной терминологии и знает ситуацию в отрасли. Поэтому может более точно вести групповое обсуждение в узком русле обозначенного вопроса, вносить полезные дополнения к мнению спикеров, компетентно озвучивать выводы и подводить итоги обсуждений.

Кроме того, если эксперт действительно является тяжеловесом в своей области знания, то это прибавляет статуса мероприятию. Если мероприятие имеет очень узкую специфику (конференции по нанотехнологиям, освоению космоса или новым языкам программирования), то пригласить модератора-эксперта – верное решение.

Если же речь идёт о популярном открытом деловом мероприятии или внутренней сессии в рамках корпоративного обучения и развития, то модератор-фасилитатор справится с задачами намного эффективнее как по контексту, так и по атмосфере и вовлеченности посетителей.



**Елена Конвисар**

партнёр сообщества TOP Moderator

## 77% организаторов используют медийный ресурс спикеров для продвижения мероприятия

Опытный профессионал с состоявшимся именем и авторитетом в отраслевом сообществе может привлечь людей не только своим именем в деловой программе мероприятия, но и напрямую – через медиа, социальные сети и личные связи. 77% организаторов осознают это в полной мере и используют спикеров в качестве инструментов продвижения своих конференций. 36% из них предоставляет спикерам уникальные промокоды, предоставляющие скидки на билет, что позволяет выступающим привлечь на мероприятие своих коллег, друзей по социальным сетям и поклонников. 41% программных директоров оставляют за собой контроль за промокампанией, но также поощряют спикеров давать комментарии в СМИ и участвовать в обсуждениях в интернет-сообществах. Чуть меньше четверти респондентов признались, что вовсе не используют спикеров для продвижения мероприятия (23%).

### Используете ли вы спикеров как лидеров мнений для продвижения мероприятия?

Да, с помощью уникальных промокодов для каждого спикера. Спикер сам решает, как и где его размещать, кого приглашать от своего имени

36%

Да, предлагаем спикеру участвовать в промокампании, которую реализуем сами: давать комментарии в прессе, вести экспертные колонки, участвовать в обсуждениях в соцсетях и т.д.

41%

Нет, не используем

23%



**Кузьма  
Леденев**

сооснователь «Glory Event»  
и «Gaudi Group»



Знакомое лицо в списке спикеров – это всегда весомый аргумент в пользу доверия конференции. Не стесняйтесь просить спикера/инфлюенсера рассказать о планах на участие в своих социальных сетях и ссылаться на это, расшаривайте уже со своих аккаунтов.

Но спикеру необязательно вести социальные сети и взаимодействовать с аудиторией, важно, чтобы его знали и уважали его работу и мнение. Например, профессор из хорошего вуза может пригласить очень большое количество студентов, хоть и со скидкой, если увидит в вашем мероприятии образовательную пользу. При этом у него может не быть ни одного «френда» в Facebook.



## Полезные статьи по теме на портале Event LIVE:



[ПЛАНИРУЙ, КАК ПРОФЕССИОНАЛ: КАК РАБОТАЕТ НАД ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММОЙ ПРЕЗИДЕНТ MPI BELGIUM](#)



[ИНФЛЮЕНСЕРЫ В ИВЕНТЕ. КЕЙС WORLD CRYPTO ECONOMIC FORUM В САН-ФРАНЦИСКО](#)



[ДЕЛОВАЯ ПРОГРАММА НА ФЕСТИВАЛЕ: КАК НАЙТИ СПИКЕРОВ И ВЫСТРОИТЬ LINE UP](#)



[КАК ВЫБРАТЬ И ПРИГЛАСИТЬ СПИКЕРА-ЭКСПЕРТА НА ВАШЕ СОБЫТИЕ](#)



[«ЗВЕЗДА НЕ ЗАКРОЕТ ВСЕ ВАШИ КРИ», – КАК НАЙТИ ИДЕАЛЬНЫХ СПИКЕРОВ И ДОГОВОРИТЬСЯ С НИМИ](#)



[МОДЕРАТОР-ЭКСПЕРТ VS МОДЕРАТОР-ФАСИЛИТАТОР: КОГО ВЫБРАТЬ?](#)



[18 ВЕЩЕЙ, О КОТОРЫХ НУЖНО ПОМНИТЬ, СОПРОВОЖДАЯ ТОПА НА ОТРАСЛЕВОМ МЕРОПРИЯТИИ](#)



[8 СОВЕТОВ ИНТРОВЕРТУ, РЕШИ ВШЕМУ СТАТЬ МАСТЕРОМ ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЙ](#)

**Event LIVE**



**ПОДПИСАТЬСЯ**



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР



# ПРОФЕССИОНАЛЬНО ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ

исследования | консультации | мероприятия | издательство

[www.rnc-consult.ru](http://www.rnc-consult.ru)

 [facebook.com/rncconsult](https://facebook.com/rncconsult)



**10  
ЛЕТ**

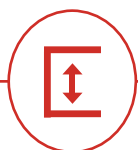
ПРОВОДИМ МЕРОПРИЯТИЯ  
В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

**ПетроКонгресс**  
КОНГРЕССНЫЙ ЦЕНТР

**ПОЛНОЕ ОБНОВЛЕНИЕ  
ИНТЕРЬЕРОВ ВСЕХ  
ЗАЛОВ В 2019 ГОДУ!**

Современная удобная площадка в историческом центре Санкт-Петербурга для проведения ваших мероприятий:

- 14 многофункциональных конференц-залов вместимостью от 5 до 450 человек
- современное мультимедийное оборудование, включая 4К проекторы
- ресторанное обслуживание
- соблюдение экологических норм и стандартов



## АНТИКРИЗИСНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ:

скидка 10% при бронировании залов на 2020 год  
и бесплатная отмена бронирования, если Ваше  
мероприятие не состоится из-за введенных  
ограничений!

Санкт-Петербург  
Лодейнопольская  
ул. 5

[sales@petrocongress.ru](mailto:sales@petrocongress.ru)  
[www.petrocongress.ru](http://www.petrocongress.ru)

+7 (812) 335 89 00