Ежегодная конференция

Бизнес в сети

«8Р» — это ответ на вопрос бизнеса
«Как увеличить продажи с помощью интернета?»

www.8p.ua

12 июля 2014, **Одесса**

КОНФЕРЕНЦИЯ

«8Р: Бизнес в сети»

ОРГАНИЗАТОР NETPEAK

1. Общая информация о конференции

В 2014 году состоится четвертая ежегодная конференция «8Р».

Целью конференции является информирование бизнеса о способах, методах и стратегиях увеличения прибыли, благодаря эффективной рекламе в интернете. Если кратко, то «8Р» — это ответ на вопрос бизнеса «Как увеличить продажи с помощью интернета?».

Целевой аудиторией являются предприниматели, владельцы интернет-магазинов, маркетологи и другие представители бизнеса. Также в связи с высоким интересом к конференции со стороны интернет-маркетологов в этом году вводится поток с докладами повышенной сложности. Однако вся информация, содержащаяся в докладах 8Р, должна быть интересной, полезной и практически применимой для развития бизнеса.

Краткое описание потоков, их содержания и требований к докладам представлены в таблице.

Поток	Фишки для специалистов	Кейсы
Аудитория	Бизнес: 15% Специалисты: 85%	Бизнес: 50% Специалисты: 50%
Уровень сложности материала	высокий	средний
Краткая характеристика	Прикладная информация о нетривиальных и эффективных приемах интернет-маркетинга для специалистов.	Конкретные примеры успешного/неуспешного продвижения.
Описание потока	Нетривиальная информация о получении максимальной пользы из различных инструментов интернет-маркетинга, то есть, о конкретных фишках, использование которых позволяет увеличивать рентабельность вложений в интернет-маркетинг. Т.о. информация должна быть: нетривиальной и применимой на практике. Данный поток — это поток для тех, кто уже все знает. То есть, цель доклада — это дать действительно новую информацию профессионалам. Поэтому и уровень сложности докладов — сложный.	Данный поток — поток докладов с кейсами, то есть, с различными, но конкретными ситуациями, решение которых является полезным и показательным с точки зрения изучения инструментов интернет-маркетинга. То есть, идеальный кейс - это кейс, который дает ответ на вопрос "что делать в подобной ситуации", если эта ситуация действительно часто встречается в работе интернет-маркетолога или бизнеса.
Требования к содержанию доклада	1. 1-3 большие фишки или много маленьких. 2. Проиллюстрировать их использование кейсами из практики с указанием исходящих данных и результатом применения данной фишки.	1. Назвать поставленные цели. 2. Поэтапно раскрыть комплекс действий, предпринятых для достижения целей. 3. ROI. 4. Продемонстрировать на скриншотах /графиках /цифрах достижения целей. Упоминать бизнес (домен) необязательно, но обязательно упоминать тематику.

Ориентировочное количество участников — 400 человек.
Дата проведения — 12 июля 2014 года.
Место — Одесса, Украина.
Веб-сайт конференции: 8p.ua

2. Требования к докладам

2.1. Доклад должен соответствовать тематике конференции. Он должен быть интересен и полезен участникам конференции: представителям бизнеса, владельцам интернет-магазинов или маркетологам и онлайн-маркетологам.

2.2. Доклады, содержащие информацию рекламного характера, не принимаются к рассмотрению, поскольку снижают ценность мероприятия и могут негативно сказаться на имидже докладчика.

2.3. Доклад должен быть актуальным и нести практическую ценность.

2.4. Доклад должен быть основан на кейсах, которые должны занимать не менее 60% времени доклада: один большой кейс или много маленьких.

2.5. Доклад должен быть впервые представлен публике, то есть мы принимаем только гарантировано уникальные для нашей аудитории доклады.

2.6. Если доклад ориентирован на бизнес, он должен быть понятен слушателям со средними познаниями в тематике конференции. Желательно отсутствие профессиональных жаргонизмов. Если употребление специальных терминов не предоставляется возможным, к ним должны быть предоставлены пояснения и определения.

2.7. Длительность доклада — 20 минут + время на вопросы-ответы — 5 минут.

> *Если у вас есть материал, подходящий под все вышеизложенные требования, и вы готовы представить свой доклад на голосование, ознакомьтесь сразу с другими нашими требованиями к материалу, чтобы сделать нашу совместную работу более продуктивной.*

3. Рекомендации к формулировке темы доклада

3.1. Тема доклада должна быть конкретной и емкой, точно отражать содержание доклада. Слишком широкие и общие темы затруднят понимание аудиторией того, что же именно будет представлено в докладе.

3.2. Доклад на узкую тему, в которой детально представлен какой-либо вопрос, более ценен для аудитории, так как ее легче раскрыть за короткое время доклада.

3.3. Тема должна формировать четкие ожидания, а не создавать интригу.

Пример формулировок, которые мы не хотели бы видеть у себя на конференции:
- «Покупки с мобильных устройств: быть или не быть? Зачем интернет-магазину мобильное приложение?»
- «Успеть за 90 секунд»
- «Почему SMM?»

4. Требования и рекомендации к тезисам

4.1. Тезисы доклада должны быть содержательными, соответствовать теме и самому докладу.

4.2. Тезисы должны представлять собой 4-6 пунктов, дающих четкое представление о том, какие моменты будут рассмотрены в докладе.

4.3. Приветствуется формулировка в виде вопросов, на которые будет дан ответ в докладе.

4.4. Перед пунктами тезисов необходима преамбула обосновывающая актуальность доклада.
Размер: 2-5 предложений.

Пример:
Рынок интернет-торговли растет стремительными темпами и времена, когда маркетинг в интернете ограничивался безжалостной бомбардировкой поисковиков, давно прошли. Ваш бизнес сможет прожить без веб-аналитики. Ровно до тех пор, пока без него живут конкуренты. Почему — Николай расскажет в своем докладе, в рамках которого будут рассмотрены следующие вопросы.

4.5. Тезисы должны содержать в себе ссылки на кейсы, рассматривающиеся в докладе, с упоминанием названий компаний или сфер их функционирования.

Пример:
- Для каких задач баннерная реклама является незаменимым инструментом? Кейсы: Интертелеком, СОК «5 элемент», Дельта Банк.
- Как проводить мониторинг упоминаний на примере "Сбербанк".
- Анализ конверсии в звонки разных источников магазина товаров для дома.

4.6. Желательно избегать теоретичности в тезисах и докладе. Стоп-слова: исследования, тренды, прогнозы, тенденции и т. п.

5. Контакты

Любые вопросы Вы можете задать координатору конференции по работе с докладчиками — Светлане Шевчук — по email: s.shevchuk@8p.ua или телефону +38 063 623 26 26.