



Федеральный семинар «1С-Битрикс» 1 июня 2017г.

*Программа действует для России, Узбекистана,
Таджикистана, Азербайджана, Грузии, Абхазии, Кыргызстана.*

Оглавление

<i>Этапы и сроки согласований.....</i>	<i>2</i>
<i>Основные положения программы</i>	<i>2</i>
<i>Компенсация и баллы</i>	<i>5</i>
<i>Программа семинара.....</i>	<i>8</i>
<i>Составление сметы</i>	<i>16</i>
<i>Кофе-брейк</i>	<i>16</i>
<i>Посадочная страница</i>	<i>17</i>
<i>Анонсирование.....</i>	<i>19</i>
<i>Работа с зарегистрированными до семинара, % явки</i>	<i>21</i>
<i>Рекламные материалы.....</i>	<i>22</i>
<i>Работа в день проведения мероприятия.....</i>	<i>23</i>
<i>Отчетность.....</i>	<i>24</i>
<i>Работа с лидами после мероприятия.....</i>	<i>25</i>



Этапы и сроки согласований

Проведение семинаров	1 июня
Прием заявок на участие	с 13 марта по 7 апреля
Согласование программ	до 25 апреля
Согласование смет	до 28 апреля
Предоставление почтового адреса для отправки рекламных материалов	до 28 апреля
Согласование посадочной страницы	до 4 мая
Согласование плана анонсирования семинара	до 28 апреля
Напоминание о семинаре зарегистрировавшимся по эл.почте	Рассылка каждую неделю, с момента получения первых регистраций
Обзвон зарегистрированных слушателей: - если регистраций менее 100 - если регистраций более 100	30 мая 29 и/или 30 мая
Финальная рассылка - напоминание по эл.почте	утром 31 мая
Предоставление отчетных документов по семинару*	до 8 июня

Внимание! Для всех этапов подготовки установлены четкие сроки. Т.к. мероприятия координируются и анонсируются централизованно, предоставление материалов после указанных сроков недопустимо. Если вы хотите согласовать материалы вовремя, показывайте их не менее чем за 3 рабочих дня до обозначенных дат. Все материалы внимательно рассматриваются, тестируются, отдаются обратно на доработку.

Чем раньше покажете материалы, тем больше вероятности уложиться в срок.

Основные положения программы

1. Семинары проходят **1 июня** по всем странам, участвующим в Программе.
2. Время начала и продолжительность семинара не регламентируется. Возможно проведение как утреннего, так и вечернего мероприятия. Это могут быть как семинары на 2 часа, так и на полный день.
3. Все мероприятия бесплатны для слушателей и ориентированы на привлечение новых клиентов. Семинары для существующих клиентов партнера в рамках данной Программы не проходят.
4. Принять участие в программе могут партнеры с любым партнерским статусом.
5. За партнером закрепляется координатор со стороны «1С-Битрикс», который ведет по всем этапам подготовки.
6. Все коммуникации и согласования с координатором проходят через специальный портал Битрикс24, к которому партнер обязан подключиться. Информирование происходит с помощью сообщений для группы организаторов и постановки задач на каждом этапе подготовки. Партнер обязуется своевременно и внимательно читать сообщения в «живой ленте» группы, выполнять поставленные задачи в обозначенные координатором сроки.



7. Партнер обязуется настроить/ включить уведомления портала на эл.почту или телефон, а также ежедневно заходить в Битрикс24, где проходит подготовка к семинару.

8. Партнеры, подавшие заявку на участие в Федеральной программе, проходят **онлайн-тестирование**. На тестирование отводится 3 рабочих дня, после чего заявка аннулируется. Если партнер сделал более двух ошибок в тесте или не прошел вовремя, повторная заявка не принимается.

9. Количество семинаров в одном городе регламентируется.

В городах Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Челябинск, Нижний Новгород, Уфа, Краснодар, Ростов-на-Дону, Волгоград, Казань, Иркутск, Самара - **не более 3-х семинаров**.

В других городах – **не более 2-х семинаров**.

10. Заявки на организацию рассматриваются группой, сформировавшейся за 4 рабочих дня, в течение следующего рабочего дня. Отсчет периода формирования группы ведется с начала календарной недели. Т.е. каждую неделю рассматривается одна группа партнеров в одном и том же городе.

Приоритет отдается партнерам, которые имеют опыт проведения семинаров как в рамках маркетинговых программ 1С-Битрикс, так и самостоятельно. Если за один и тот же период поступило несколько равнозначных заявок на организацию, приоритет отдается первым.

Партнеры, участвующие в [спец.программе семинаров по Битрикс24](#) весной 2017 г., принимаются в Федеральную программу 1 июня 2017г. в последнюю очередь при наличии свободных мест в городе, проведение семинара в котором заявлено.

Если за один и тот же период поступило несколько равнозначных заявок на организацию, приоритет отдается первым. При наличии максимально возможного количества организаторов в одном городе, прием заявок в этом городе закрывается, город появляется в [«Стоп-листе»](#).

Допускается проведение нескольких семинаров в разных городах одним партнером в обозначенную дату Федерального семинара. Но приоритет проведения семинаров в этих городах будет у тех партнеров, которые имеют в этих городах головной офис.

Партнерам, которые провели или готовятся к проведению семинара [«Формула сайта»](#) в первом полугодии 2017 года, в участии в настоящей Программе может быть отказано.

11. Если в городе партнера проходит семинар «Формула сайта» в период с 20 мая по 5 июня, то 1С-Битрикс вправе не принимать в настоящую Программу партнеров из этого города.

12. Партнеры, ранее участвующие в спец. программах семинаров «1С-Битрикс» и нарушавшие сроки согласования материалов либо требования к проведению мероприятия, в настоящую Программу не принимаются.

13. Запрещается проводить «Федеральный семинар» в рамках выставок и конференций (в виде секции или отдельного потока).

14. Требования к минимальному количеству слушателей на семинаре :

Минимум 30 человек в городах: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Челябинск, Уфа, Краснодар, Ростов-на-Дону, Волгоград, Казань, Иркутск, Барнаул, Самара, Пермь, Омск, Калининград, Тюмень, Хабаровск.

Минимум 15 человек – в других городах, включая московскую область.

Если по факту на семинаре присутствует меньше слушателей, чем указано выше, то сумма компенсации и баллы сокращаются в 2 раза.

Если по факту на семинаре присутствует менее 3-х слушателей, баллы и компенсация не начисляются.

**15. Возможные тематики семинара:**

- интернет-магазины,
- интернет-магазины + Битрикс24,
- корпоративные сайты (любые сайты, не попадающие в категорию «интернет-магазин»)

Семинары, посвященные только продукту Битрикс24, в программе не участвуют.

16. В семинарах Федеральной программы не принимают участие спикеры «1С-Битрикс».

Партнерам предоставляются все необходимые материалы, чтобы подготовить выступление по продуктам «1С-Битрикс».

17. «1С-Битрикс» публикует на своем сайте **список организаторов** семинара со ссылками на посадочные страницы.

18. «1С-Битрикс» информационно поддерживает Программу в целом. **Привлечение слушателей именно на свой семинар осуществляет партнер, он же несет ответственность за количество слушателей.**

19. Если партнер отказывается от проведения мероприятия **позднее 27 апреля**, либо нарушает настоящие положения Программы, либо нарушает сроки предоставления материалов, «1С-Битрикс» может отказать в участии в Программе и в общей программе маркетинговой поддержки в дальнейшем.

20. Партнер обязуется своевременно читать сообщения координатора и информационные посты в живой ленте Битрикс24, следовать инструкции и обучающим видео-материалам.

21. «1С-Битрикс» проверяет семинары с помощью наблюдателей в целях контроля качества мероприятия и выполнения организатором правил Программы.

22. Штрафы за нарушение условий Федеральной программы:

<i>Нарушение</i>	<i>Размер вычитаемых баллов</i>	<i>Компенсация</i>	<i>Прочее</i>
Программа поступила на первичное согласование позже обозначенного срока	-	-	Исключение из Программы.
Программа поступила на повторное согласование позже обозначенного срока на 2 дня	10	-	-
Программа поступила на повторное согласование позже обозначенного срока более чем на 2 дня	-	-	Исключение из Программы.
Смета поступила на первичное согласование позже обозначенного срока на 2 дня	10	-	Исключение из Программы
Смета поступила на повторное согласование позже обозначенного срока более чем на 4 дня	-	-	Исключение из Программы
Посадочная страница поступила на первичное согласование позже обозначенного срока на 1 день	10	-	-
Посадочная страница не дорабатывается/не проходит согласование более чем через 3 дня после обозначенного срока	-	-	Исключение из Программы
Посадочная поступила на первичное согласование позже обозначенного срока на 2 дня	-	-	Исключение из Программы
Посадочная поступила на повторное согласование позже обозначенного срока на	20	-	Семинар не поддерживается



3 дня			информационно со стороны 1С-Битрикс
Позиционирование мероприятия в СМИ, в т.ч. и в соц.сети, как «семинар «1С-Битрикс» [*] , создание иллюзии участия спикеров 1С-Битрикс, либо использование слов «конференция, мастер-класс» и т.п. вместо слова «семинар»	10 баллов за каждую публикацию/ рассылку/ баннер	Компенсация за публикацию/ рассылку/ баннер не начисляется	-
Организатор после согласования программы внес в нее изменения без дополнительного согласования	10	-	-
Смена площадки менее чем за 2 недели до семинара без форсмажорных обстоятельств.	-	-	Исключение из Программы
Организатор отказал в посещении после того, как подтвердил регистрацию	20	-	-
Организатор не предупредил о смене площадки потенциального слушателя	10	-	-
Несоблюдение описанной в документе схемы удержания регистраций	20	-	-
Нарушение требований к оформлению зоны регистрации либо конференц-зала	10	-	-
Отсутствие процедуры регистрации на семинаре	20	-	-
Отсутствие либо неполный набор раздаточной продукции «1С-Битрикс» в пакетах слушателя	20	-	-
Раздаточная продукция «1С-Битрикс» не выдавалась на регистрации	10	-	-
Раздаточная продукция не упакована, либо упакована не в пакеты «1С-Битрикс»	20	-	-
Отчет поступил позже обозначенного срока	10	-	-
Подлог мероприятия (партнер проводил семинар в рамках сторонней конференции, выставки, либо фактически изменил название и формат семинара, в т.ч. сделал семинар платным для слушателей)	Не начисляются	Не начисляются	«1С-Битрикс» может отказать в участии в спец.программах в дальнейшем и в марк.поддержке
Фальсификация отчетных данных или отсутствие отчета	Не начисляются	Не начисляются	

Сроки согласований материалов указаны [в таблице](#).

^{*} Пример: «Приглашаем на федеральный семинар «1С-Битрикс» (без указания в тексте, что организатором является партнер)

Компенсация и баллы

1. Частичная компенсация предоставляется путем перечисления на **бонусный счет партнера** компенсационной суммы (для России). Для стран ближнего зарубежья схема компенсации другая.

С помощью бонусного счета партнер покупает продукты «1С-Битрикс» с 80%-ти процентной скидкой в дополнение к имеющейся партнерской скидке. Эти 80% стоимости будут списаны с бонусного счета, а 20% от каждой позиции в заказе подлежат оплате. Бонусные деньги сохраняются на счету в течение года с момента зачисления. Покупать можно любые лицензии (продления, переходы и т.п.). Система не действует в отношении физических товаров, товаров Marketplace и рекламных материалов из интернет-магазина.



2. Максимальная сумма затрат, подлежащая компенсации:

- **60 000р.** для городов: Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Челябинск, Уфа, Краснодар, Ростов-на-Дону, Волгоград, Казань, Иркутск, Барнаул, Самара, Пермь, Тюмень.

- **50 000р.** для других городов.

Если затраты партнера меньше этой суммы, компенсируется фактическая сумма, которую партнер согласовал. Если затраты составили более 50 000-60 000 р. (в зависимости от города), превышение лимита компенсироваться не будет.

Компенсации подлежат затраты:

- на аренду зала;
- на аренду необходимого оборудования в зале;
- на кофе-брейк для слушателей;
- на покупку небрендовых блокнотов;
- на анонсирование мероприятия (кроме контекстной и офлайн рекламы) *, **.

Именно эти затраты должны быть указаны в смете.

* Приглашение слушателей с помощью колл-центра компенсируется.

** Текстовые материалы, где более 1/3 объема текста посвящено описанию компании партнера или продуктам «1С-Битрикс», проблематике, либо другим сторонним вопросам, не компенсируются, т.к. подобные материалы не эффективны для анонсирования семинара.

Не подлежат компенсации затраты на:

- печать программ и анкет,
- контекстную рекламу,
- офлайн рекламу (журналы, газеты, раздача листовок, вывески и т.п.)
- транспортировку материалов к площадке,
- изготовление бейджей, собственной рекламной и сувенирной продукции,
- оплату проезда и проживания сторонних спикеров,
- оплату выступления сторонних спикеров,
- премию и зарплату своим сотрудникам,
- покупку домена для посадочной страницы, хостинг,
- профессиональную фото и видео съемку,
- аренду стороннего сервиса для рассылок писем с напоминаниями,
- услуги колл-центра по напоминанию о семинаре по телефону,
- дополнительный кофе-брейк,
- время на обзвон (приглашение/напоминание) сотрудниками и затраты на телефонию,
- несогласованное с координатором анонсирование (тексты, графические материалы и т.д.)
- услуги эвент-агентств,
- если партнер проводит семинар не в своем городе - затраты на проезд/проживание.

3. Компенсация начисляется только при наличии бух.документов (платежные поручения с отметкой банка ; либо акты или счета-фактуры; чеки и т.п.), подтверждающих затраты.

4. Компенсация за бартерные договоренности с поставщиком возможна только при наличии официального документа о взаимозачете.

5. Если организаторами выступают две и более партнерских компаний, компенсация начисляется пропорционально затратам каждой из сторон.

6. Компенсация будет уменьшена в 2 раза, если партнер не набрал необходимое количество слушателей на семинар.

7. Компенсация будет уменьшена, если на семинаре выступают более 2-х сторонних спикеров, не являющихся партнерами или клиентами «1С-Битрикс».

8. Компенсация не начисляется, если:

- тексты или графические материалы не были предварительно согласованы;



- на семинаре присутствовало менее 3-х слушателей;
- партнер предоставил фальсифицированные отчетные данные.

9. Организатор семинара получает дополнительные баллы:

- за семинар по тематике «интернет-магазин+Битрикс24» - 100 баллов
- за семинар по тематике «интернет-магазин» - 80 баллов
- за семинар по тематике «корпоративные сайты» - 80 баллов

10. Баллы будут уменьшены в 2 раза, если партнер не набрал необходимое количество слушателей на семинар.

11. Баллы не начисляются, если:

- на семинаре присутствовало менее 3-х слушателей;
- партнер предоставил фальсифицированные отчетные данные.

12. Если в мероприятии участвуют несколько партнеров 1С-Битрикс, баллы начисляются тому партнеру, который делает доклады по продуктам «1С-Битрикс» .

13. Компенсация и начисление баллов в полном объеме происходит только в том случае, если четко соблюдены требования к программе, соблюдены все сроки по согласованию программы, публикации анонса на сайте партнера, предоставлении отчетных документов.

Площадка для проведения семинара

- Для семинаров отлично подходят конференц-залы в гостиницах и бизнес-центрах.

- Здание, где располагается конференц-зал, должно быть в пределах доступности транспортных путей и остановок общественного транспорта. Лучше всего – центр города. Просторная бесплатная автостоянка будет плюсом, но не станет критическим фактором.

- Избегайте залов в пригороде, темных подвальных помещений и классов в школах и лицеях.

- Конференц-зал должен быть оснащен всем необходимым для обслуживания семинара оборудованием: проектором, экраном, 2-мя микрофонами, звукоусилителем, флип-чартом.

- Видимость экрана со всех углов и с последних рядов – один из основных критериев при выборе. Если помещение темное, а экран или проекция на него маленькие, блёклые - слушателям будет плохо видно. Проверьте лично видимость презентаций на экране предполагаемой площадки. Чем больше экран, тем лучше.

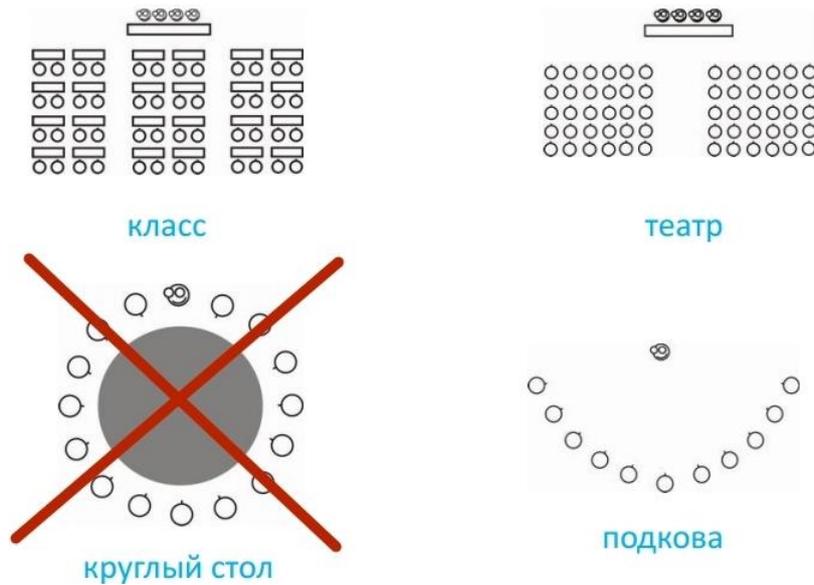
- Зал должен быть рассчитан на планируемое количество слушателей вашего семинара. Если у вас небольшой опыт, или нет опыта проведения семинаров по ИТ-тематике, не планируйте охватить большую аудиторию. Начните с планирования семинара на 30 человек. Для такой аудитории вполне подойдет зал на 35-40 мест (учитывайте и ваш персонал, чтобы они могли присесть в зале).

- Желательно, чтобы декор и атмосфера в конференц-зале соответствовали требованиям аудитории слушателей, для которой вы организываете семинар.

- В здании должна быть возможность организации кофе-брейка или обеда для участников семинара **вне зала, где проходит деловая часть.**

- В зале или перед залом должно быть достаточно места для установки стола регистрации слушателей и напольных рекламных конструкций.

- Запрещается использовать площадки, где рассадка происходит по принципу круглого стола. На рисунке ниже показано, какая рассадка на семинаре допустима.



- Суммарное время аренды помещения должно быть минимум на 2 часа больше, чем занимает полная программа мероприятия (включая кофе-брейк и ответы на вопросы). Вам понадобится минимум час перед началом регистрации слушателей для подготовки зала, оборудования, стола регистрации, раздаточной продукции и т.п. После окончания семинара вам понадобится время на сбор своих рекламных материалов, приведения зала в первоначальный вид и на ответы оставшихся слушателей в кулуарах.

! Рассмотрите несколько вариантов мест проведения, соответствующих выше написанным требованиям. Оцените их месторасположение, уровень обслуживания, окружающую обстановку и затраты. Выберите вариант, который подходит именно вам.

Сделайте для себя схему зала и прилегающих к нему помещений. Схематически обозначьте места, где будет располагаться:

- стол регистрации и раздаточная продукция (место регистрации должно быть обозначено определенным образом, и хорошо просматриваться при входе),
- стол для докладчиков,
- напольные баннеры и флаги участников,
- указатели пути к конференц-залу (если необходимо)

Это поможет вам грамотно организовать работу в день семинара.

Программа семинара

Цель любого маркетингового мероприятия – клиенты. То, как вы себя представите на семинаре, сыграет главную роль при выборе клиентом подрядчика на какие-либо услуги.

Поэтому программа семинара должна показывать в первую очередь вашу компанию в самом лучшем виде. **Не бойтесь заявить о себе**, не бойтесь дать понять, что вы – это то, что надо вашему потенциальному клиенту.

1. **Все семинары, участвующие в Программе, начинаются одинаково «Федеральный семинар:».**

Точки «.....» - это ваше индивидуальное название семинара, в зависимости от выбранной вами тематики.

Например:

- «Федеральный семинар: Интернет-магазин от А до Я»



- «Федеральный семинар: Начинаем бизнес в интернете»
- «Федеральный семинар: ваш вариант»

Запрещается на посадочных страницах убирать приставку «Федеральный семинар». В анонсах, рассылках, баннерах можно и нужно заменить «Федеральный семинар» на «Бесплатный семинар «Ваше название». А на посадочных нельзя.

Запрещается в названии семинара писать «1С-Битрикс». О том, что семинар проходит в рамках «Федеральной программы 1С-Битрикс» должно быть написано лишь в тексте анонса или посадочной.

Пример: «Федеральный семинар 1С-Битрикс» - так писать нельзя.

Запрещается делать из семинара конференцию, мастер-класс, круглый стол и т.п., а также проводить семинар в рамках выставок и конференций (в виде секции или отдельного потока). Мероприятия с изменением формата и приставки будут удаляться из Программы.

2. **Обязательные доклады, их продолжительность и структура программы.**

Семинары по тематике «интернет-магазин»

- В программе должно быть минимум 4 доклада обозначенных ниже, блок регистрации слушателей в начале, кофе-брейк, время на ответы и вопросы в конце.
- Программа не должна начинаться с продуктового доклада, должен быть вводный доклад по проблематике.
- История успеха может быть заменена на мастер-класс по настройке какого-либо функционала в «1С-Битрикс: Управление сайтом» или аудит сайтов слушателей.
- Минимальное время на обязательные доклады обозначено в таблице.
- По обозначенным обязательным докладам (кроме истории успеха, мастер-класса и аудита сайтов) «1С-Битрикс» предоставляет готовые презентации.
- Для всех докладов в программе должны быть 2-3 кратких тезиса, показывающих, какие задачи/проблемы сможет решить слушатель с помощью доклада.
- Тезисы не нужны для регистрации слушателей, приветственного слова, кофе-брейка, аудита сайтов и ответов на вопросы.
- Для мастер-класса и истории успеха тезисы необязательны, по желанию партнера.
- В мастер-классе должен быть четко обозначен функционал, который будет настраиваться/показываться, формулировка с позиции выгод или решения задач/проблем (см. примеры программ). Мастер-класс должен следовать за продуктовыми докладами или завершать программу.
- В формулировке истории успеха необходимо обозначить, в чем именно этот успех заключается (см. примеры программ). История успеха должна быть четко обозначена в программе с указанием конкретной компании или сайта, о котором пойдет речь. С этим докладом может выступить как партнер, так и клиент партнера. История успеха должна следовать за продуктовыми докладами или завершать программу.
- Названия обязательных докладов могут быть незначительно изменены, но суть должна остаться.
- Тезисы к докладам можно менять, добавлять, в зависимости от вашего плана выступления.

1

<p>Вводный доклад. Примеры:</p> <p>Современные технологии сайтостроения для решения бизнес-задач (готовая презентация)</p> <p>Как создать интернет-магазин в Уссурийске?</p> <p>Что необходимо для успешного старта бизнеса онлайн?</p>	<p>10-20 минут</p>
--	--------------------



2

Правильный интернет-магазин на платформе «1С-Битрикс». Лучшие технологии борьбы за покупателя (готовая презентация)

- Создаем и наполняем интернет-магазин – быстро, просто, эффективно
- Не даем покупателю уйти: клиенты на всю жизнь
- Увеличиваем выручку на 30% с помощью персонализации интернет-магазина
- Продажи 24x7: делаем интернет-магазин доступным с любых мобильных устройств

40 минут

Один из двух докладов **на выбор:****Как выжить интернет-магазину после введения закона 54-ФЗ?** (готовая презентация)

- Что случилось и что это значит для электронной торговли
- Основные понятия закона, требования, сроки и штрафы
- Как подключить кассу к интернет-магазину

*или***Как сэкономить время и деньги? Тиражные решения и готовые интернет-магазины** (готовая презентация)

- Чем готовое решение отличается от индивидуального проекта?
- Магазин «из коробки» за 4 дня
- Фантазии бизнесов, или интернет-магазины на любой вкус
- 1000 и одна «фишка» для успешных продаж

20 минут

3

История разработки или продвижения, либо интеграции интернет-магазина. Примеры:

- История успеха интернет-магазина podarki.ru: переход на новую платформу принес 2345 новых клиентов.
- Как интернет-магазин elka.com повысил конверсию в 2 раза

15-20 минут

4

Семинары по тематике «интернет-магазин+Битрикс24»

- В программе должно быть минимум 4 доклада обозначенных ниже, блок регистрации слушателей в начале, кофе-брейк, время на ответы и вопросы в конце.
- Программа не должна начинаться с продуктового доклада, должен быть вводный доклад по проблематике.
- История успеха может быть заменена на мастер-класс по настройке какого-либо функционала в «1С-Битрикс: Управление сайтом» или аудит сайтов слушателей.
- Минимальное время на обязательные доклады обозначено в таблице.
- По обозначенным обязательным докладам (кроме истории успеха, мастер-класса и аудита сайтов) «1С-Битрикс» предоставляет готовые презентации.
- Для всех докладов в программе должны быть 2-3 кратких тезиса, показывающих, какие задачи/проблемы сможет решить слушатель с помощью доклада.
- Тезисы не нужны для регистрации слушателей, приветственного слова, кофе-брейка, аудита сайтов и ответов на вопросы.



- Для мастер-класса и истории успеха тезисы необязательны, по желанию партнера.
- В мастер-классе должен быть четко обозначен функционал, который будет настраиваться/показываться, формулировка с позиции выгод или решения задач/проблем (см. примеры программ). Мастер-класс должен следовать за продуктовыми докладами или завершать программу.
- В формулировке истории успеха необходимо обозначить, в чем именно этот успех заключается (см. примеры программ). История успеха должна быть четко обозначена в программе с указанием конкретной компании или сайта, о котором пойдет речь. С этим докладом может выступить как партнер, так и клиент партнера. История успеха должна следовать за продуктовыми докладами или завершать программу.
- Названия обязательных докладов могут быть незначительно изменены, но суть должна остаться.
- Тезисы к докладам можно менять, добавлять, в зависимости от вашего плана выступления.

1

<p>Вводный доклад. Примеры: Современные технологии для решения бизнес-задач (<i>готовая презентация</i>) Как создать интернет-магазин в Липецке? Что необходимо для успешного старта бизнеса онлайн?</p>	10-20 минут
<p>Правильный интернет-магазин на платформе «1С-Битрикс». Лучшие технологии борьбы за покупателя (<i>готовая презентация</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Создаем и наполняем интернет-магазин – быстро, просто, эффективно - Не даем покупателю уйти: клиенты на всю жизнь - Увеличиваем выручку на 30% с помощью персонализации интернет-магазина - Продажи 24x7: делаем интернет-магазин доступным с любых мобильных устройств 	40 минут
<p>Доклад по Битрикс24. Варианты на выбор:</p> <p>Как помочь бизнесу расти? Наводим порядок в рабочем хаосе (<i>готовая презентация</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Правильно выстраиваем взаимоотношение с клиентами и продаем в 2 раза больше конкурентов - Переходим от несогласованности действий к полноценной командной работе - Экономим 72 часа рабочего времени, управляя бизнесом из любой точки мира <p>Как не упустить ни одного клиента (готовая презентация)</p> <ul style="list-style-type: none"> - создаем единый канал общения с клиентами в режиме реального времени - прекращаем драки менеджеров за обращения и телефонные трубки - повышаем лояльность клиентов и уровень продаж с помощью CRM <p>Управление без суеты: повседневные инструменты успешного руководителя (готовая презентация)</p> <ul style="list-style-type: none"> - как управлять временем и повысить личную эффективность - как избавиться от офисного «планктона» и не платить зарплату впустую - как построить взаимодействие с "удаленными" сотрудниками 	30 минут

3



4

<p>История разработки интернет-магазина или внедрения Битрикс24*. Примеры:</p> <ul style="list-style-type: none"> - История успеха интернет-магазина podarki.ru: переход на новую платформу принес 2345 новых клиентов. - Как интернет-магазин elka.com повысил конверсию в 2 раза - История внедрения Битрикс24 в УЦ «Квадрат»: эффективная работа 12-ти офисов в 4-х странах 	15-20 минут
--	-------------

Семинары по тематике «корпоративный сайт»

- В программе должно быть минимум 4 доклада обозначенных ниже, блок регистрации слушателей в начале, кофе-брейк, время на ответы и вопросы в конце.
- Программа не должна начинаться с продуктового доклада, должен быть вводный доклад по проблематике.
- История успеха может быть заменена на мастер-класс по настройке какого-либо функционала в «1С-Битрикс: Управление сайтом» или аудит сайтов слушателей.
- Минимальное время на обязательные доклады обозначено в таблице.
- По обозначенным обязательным докладам (кроме истории успеха, мастер-класса и аудита сайтов «1С-Битрикс» предоставляет готовые презентации.
- Для всех докладов в программе должны быть 2-3 кратких тезиса, показывающих, какие задачи/проблемы сможет решить слушатель с помощью доклада.
- Тезисы не нужны для регистрации слушателей, приветственного слова, кофе-брейка, аудита сайтов и ответов на вопросы.
- Для мастер-класса и истории успеха тезисы необязательны, по желанию партнера.
- В мастер-классе должен быть четко обозначен функционал, который будет настраиваться/показываться, формулировка с позиции выгод или решения задач/проблем (см.примеры программ). Мастер-класс должен следовать за продуктовыми докладами или завершать программу.
- В формулировке истории успеха необходимо обозначить, в чем именно этот успех заключается (см.примеры программ). История успеха должна быть четко обозначена в программе с указанием конкретной компании или сайта, о котором пойдет речь. С этим докладом может выступить как партнер, так и клиент партнера. История успеха должна следовать за продуктовыми докладами или завершать программу.
- Названия обязательных докладов могут быть незначительно изменены, но суть должна остаться.
- Тезисы к докладам можно менять, добавлять, в зависимости от вашего плана выступления.

1

<p>Вводный доклад. Примеры: Современные технологии для решения бизнес-задач (<i>готовая презентация</i>) Как создать корпоративный сайт за 8 дней? Что необходимо для успешного старта бизнеса онлайн?</p>	10-20 минут
<p>Корпоративный сайт нашего времени: лучшие технологии «1С-Битрикс» для бизнеса (<i>готовая презентация</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Создаем и наполняем сайт – быстро, просто, эффективно - Ближе к клиентам: делаем сайт доступным и удобным для любых 	40 минут

2



3

4

мобильных устройств - Ваш сайт глазами посетителей: конверсия, аналитика, маркетинг	
Как сэкономить время и деньги? Тиражные решения и готовые корпоративные сайты (готовая презентация) - Чем готовое решение отличается от индивидуального проекта? - Сайт «из коробки» за 4 дня - Фантазии бизнесов, или готовые сайты на любой вкус - Прокачиваем сайт с помощью «фишек»	20 минут
История разработки интернет-проекта*. Примеры: - История успеха корпоративного сайта rodarki.ru: переход на новую платформу принес 2345 новых клиентов. - Как компания «Ааа» вывела бизнес в онлайн за 12 дней	15-20 минут

5. **Вы можете дополнять программу семинара на своё усмотрение** так, чтобы сделать её комплексной и интересной для слушателя. Расскажите о продвижении, правильном контенте сайта, покажите типовые ошибки интерфейса интернет-магазина, устройте «порку» сайтов слушателей, пригласите сторонних спикеров и клиентов и т.п.

Кроме этого, вы можете ставить в программу доклады по отраслевым решениям «1С-Битрикс» - для медицинских организаций, образования, гос.органов и т.п. Но дополняя программу такими докладами, надо понимать, что они интересны узкой аудитории.

Добавьте в программу семинара свои доклады, которые охарактеризуют вашу компанию как профессионала в вашей области. Не стоит включать в программу доклады, которые вы не сможете достойно представить. Ваши докладчики – это лицо вашей компании.

Формулировка докладов и тезисы к ним – это основное. Давайте цифры, факты, увлекайте. Но, в то же время, слишком замысловатое название будет играть против вас. Названием доклада и тезисами вам надо заинтересовать слушателя, а не отпугнуть «котом в мешке». **Избегайте технических терминов и профессионального сленга. Пишите для потенциального клиента, а не для себя!**

Предусмотрите в программе мероприятия достаточное время для свободного общения со слушателями. Например, в конце семинара выделите 20-30 минут для коммуникаций. Будет ли это «круглый стол», «экспертное мнение» или просто «свободная дискуссия со слушателями» - не имеет значения. Главное – дать понять, что слушатели смогут задать любые интересующие их вопросы и получить ответы от экспертов.

Различные викторины, лотереи, включенные в программу семинара, помогут вам разбавить официальную атмосферу мероприятия.

6. На семинар **могут быть приглашены сторонние спикеры** по инициативе партнера. Когда в семинаре принимают участие несколько докладчиков от разных компаний, это вносит стимулирующую составляющую для посещения мероприятия. Пригласите на семинар интересные для вашего потенциального клиента компании, которые смогут рассказать о современных веб-сервисах, о логистике, о продвижении и т.п.

Т.к. цель Федеральной программы - информировать о возможностях продуктов «1С-Битрикс», количество приглашенных спикеров, не являющихся партнерами «1С-Битрикс», регламентируется. **Не более 2-х приглашенных компаний на семинар.** Этого достаточно, чтобы разнообразить программу.

Если вы желаете пригласить больше 2-х сторонних спикеров, **сумма компенсации будет уменьшена**, т.к. спонсировать продвижение сторонних компаний для «1С-Битрикс» не целесообразно. В этом случае из фактической суммы компенсируемых затрат вычитается по 10% за каждого



стороннего докладчика.

Данное ограничение не распространяется на приглашенные к участию компании, которые являются клиентами и нашими партнерами, осуществляющими продажи/внедрение продуктов «1С-Битрикс».

7. В программе и в докладах **не должно быть упоминаний/участия других компаний-разработчиков CMS и корпоративных порталов**, а так же не должно быть сравнения продуктов «1С-Битрикс» с другими аналогичными продуктами.

8. Сторонние спикеры, являющиеся сотрудниками или евангелистами компаний-разработчиков CMS или корпоративных порталов, в программу семинара не принимаются, даже если они делают доклад по отвлеченной теме.

9. **Время начала семинара и его продолжительность не регламентируется.** Возможно проведение как утреннего, так и вечернего мероприятия. Это могут быть как семинары на 2 часа, так и на полный день, все зависит от вашей программы.

10. Запрещается проводить семинар в рамках конференции или выставки, изменять формат семинара на мастер-класс, тренинг и т.п., запрещается делать семинар платным для слушателей или в несколько потоков.

11. Примерные программы семинаров

Примеры программ совершенно не означают, что ваш семинар должен быть именно по одной из них. Вы можете компоновать предложенные темы, а можете составить свою уникальную программу, но оставив обязательные доклады.

Пример №1

<p>Эффективный интернет-магазин: правильный старт и факторы успеха</p> <ul style="list-style-type: none"> — Что такое эффективный интернет-магазин? — Планирование разработки: тонкости составления технического задания и выбор исполнителя. — Где можно экспериментировать и на чем нельзя экономить? — Тестирование, запуск проекта и дальнейшее обслуживание. 	30 мин.
<p>Правовые аспекты регистрации и использования доменов для интернет-магазинов. Это должен знать каждый!</p> <ul style="list-style-type: none"> — Каким должен быть правильный домен? — Как узнать, чей домен? — 6 угроз потери доменных имен и снижение рисков таких проблем 	20 мин.
<p>Правильный интернет-магазин на платформе «1С-Битрикс». Лучшие технологии борьбы за покупателя (готовая презентация)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Создаем и наполняем интернет-магазин – быстро, просто, эффективно - Увеличиваем выручку на 30% с помощью персонализации интернет-магазина - Продажи 24x7: делаем интернет-магазин доступным с любых мобильных устройств 	40 мин.
<p>Как сэкономить время и деньги? Тиражные решения и готовые интернет-магазины (готовая презентация)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Чем готовое решение отличается от индивидуального проекта? - Магазин «из коробки» за 4 дня - 1000 и одна «фишка» для успешных продаж 	20 мин.



Кофе-брейк	30 мин.
Утром деньги – вечером стулья. Доставляем товар правильно. - Комфортная доставка глазами покупателя - Аутсорсинг доставки или собственное развитие - 4 критерия выбора поставщика транспортных услуг	20 мин.
7 современных инструментов маркетинга для продвижения интернет-магазина — Подготовка к продвижению и анализ конкурентов. — Планирование бюджета и выбор стратегии. — Какие ошибки нельзя допускать, чтобы не препятствовать продвижению сайта? — Как увеличить конверсию интернет-магазина в 2 раза?	30 мин.
Как выжить интернет-магазину после введения закона 54-ФЗ? (готовая презентация) - Что случилось и что это значит для электронной торговли - Основные понятия закона, требования, сроки и штрафы - Как подключить кассу к интернет-магазину	30 мин.
История успеха. Как интернет-магазин elka.com повысил конверсию в 2 раза за 18 дней	20 мин.
Свободная дискуссия, ответы на вопросы слушателей	30 мин.

Пример №2

Как запустить продающий интернет-магазин в Хабаровске? — Как правильно выбирать исполнителя? — Как снизить риски при запуске интернет-магазина в 5 раз? — 7 ошибок запуска интернет-магазина	20 мин.
Правильный интернет-магазин на платформе «1С-Битрикс». Лучшие технологии борьбы за покупателя (готовая презентация) - Создаем и наполняем интернет-магазин – быстро, просто, эффективно - Увеличиваем выручку на 30% с помощью персонализации интернет-магазина - Не даем покупателю уйти: клиенты на всю жизнь	40 мин.
Мобильный интернет-магазин – модный тренд или реальный доход — Почему 90% интернет-магазинов Хабаровска теряют 20% клиентов ежемесячно — 6 отличий адаптивного дизайна от мобильного приложения — Примеры эффективного использования каждой из технологий	20 мин.
Кофе-брейк	30 мин.
Как не упустить ни одного клиента - создаем единый канал общения с клиентами в режиме реального времени - прекращаем драки менеджеров за обращения и телефонные трубки - повышаем лояльность клиентов и уровень продаж с помощью CRM	30 мин.
Антикризисное SEO: учимся считать эффективность — Как увеличить эффективность SEO-продвижения в 2 раза — 5 инструментов для улучшения видимости сайта в поисковиках — Особенности продвижения интернет-магазинов в 2016 году	30 мин.



Как выжить интернет-магазину после введения закона 54-ФЗ? (готовая презентация) - Что случилось и что это значит для электронной торговли - Основные понятия закона, требования, сроки и штрафы - Как подключить кассу к интернет-магазину	20 мин.
Почему ваш интернет-магазин не продает? Аудит сайтов слушателей.	20 мин.
Ответы на вопросы слушателей. Лотерея.	30 мин.

Масса **примеров презентаций наших партнеров** на различные темы есть на сайте мероприятий [«Формула сайта»](#). Внутри сайта можно перемещаться по городам и этапам циклов, в каждом городе разные презентации.

12. После согласования программы нельзя менять в ней формулировки и добавлять доклады. Если партнер хочет внести изменение, то предварительно эти изменения необходимо согласовать с координатором. В случае изменения программы без согласования на партнера накладывается штраф [\(см. таблицу штрафов\)](#).

Составление сметы

До 28 апреля согласуйте с координатором смету на организацию семинара. Та сумма, которая будет подтверждена координатором, будет представлена к компенсации после проведения мероприятия.

Какие затраты подлежат компенсации, смотрите в разделе [«Компенсация и баллы»](#)

Затраты на анонсирование должны быть расписаны по каждой опции.

Неправильно: «Анонсирование - 10000 р.

Правильно:

Рассылка по директорам предприятий города – 3000р.

Анонс семинара на главной странице портала бобруйск.ру на 2 дня – 7000 р.

Пример подачи сметы на согласование:

Аренда зала	1000
Аренда проектора	1000
Кофе-брейк	1000
Анонс на портале <i>blondinka.ru</i>	1000
Рассылка по холодной базе	1000
ИТОГО	5000

Кофе-брейк

Кофе-брейк проводится в середине семинара и должен состоять из легких закусок, либо из сладостей с чаем и кофе. Подача напитков без съестного не допускается.

Компенсации подлежит только один кофе-брейк (включая воду для гостей и слушателей) в середине семинара.



Организовать кофе-брейк можно своими силами, но рекомендуем воспользоваться услугами конференц-зала или кейтеринговой компании. Качественная сервировка кофе-брейка вызовет большее доверие к вашей компании, нежели неопрятный стол с одноразовой посудой.

Во время кофе-брейка активно общайтесь со слушателями, зачастую именно в этот момент заводятся деловые отношения. Ни в коем случае не собирайтесь на кофе-брейк всей командой за отдельным столиком.

Посадочная страница

Посадочную страницу (на отдельном домене* или в составе своего основного сайта) партнер готовит самостоятельно **до 4 мая**. Координатор может предоставить ключ на готовое решение «сайт партнерского мероприятия», которое организатор устанавливает и наполняет контентом. Запрещается создавать дублирующие посадочные страницы семинара.

* Не допускается использовать в названиях доменов товарные знаки и наименования «1С-Битрикс», «Битрикс», «Битрикс24» (в любых написаниях).

После согласования «1С-Битрикс» публикует на своем сайте **список организаторов** семинара со ссылками на посадочные страницы.

1. Посадочная страница должна содержать:

- название семинара («Федеральный семинар: Ваше название»)
- дату (1 июня)
- место проведения (адрес, название площадки, схему проезда)
- описание мероприятия (анонс)
- описание целевой аудитории
- программу в теле страницы (не файл для скачивания)**
- в программе: начало регистрации, доклады с тезисами, спикер и компания, которую спикер представляет, кофе-брейк, время на общение со слушателями, тайминг***
- форму регистрации****
- контактные данные

* Запрещается преподносить семинар как конференцию, тренинг, мастер-класс и т.п. Мероприятия, позиционированные как «семинар 1С-Битрикс», «семинар от 1С-Битрикс» и т.п. исключаются из программы.

** программа помимо размещенной на лендинге может быть доступна для скачивания отдельным файлом. Но размещать просто файл с программой и не публиковать её в теле страницы не разрешается.

*** тайминг должен быть четко прописан, когда начинается доклад и во сколько заканчивается.

**** форма регистрации может быть только на лендинге организатора

Не разделяйте названия докладов и тезисы, это – единое целое!

Неправильно:

Тренды электронной коммерции
Иван Иванов, агентство «Арктика»
- тезис
- тезис

Правильно:

Тренды электронной коммерции
- тезис
- тезис
Иван Иванов, агентство «Арктика»

2. На лендинге обязателен логотип организатора. Не принимаются к согласованию страницы, на которых размещен только логотип «1С-Битрикс».



Если на лендинге есть отдельный блок «Организаторы семинара», в этот блок запрещается добавлять логотип «1С-Битрикс». **Организатор семинара – ваша компания.**

Логотип «1С-Битрикс» может быть размещен только в «шапке» готового решения и/или в блоке «Наши партнеры».

В тексте на лендинге должно быть написано, что семинар проходит в рамках Федеральной программы «1С-Битрикс».

3. Посадочная страница не должна начинаться с карты или программы семинара. Сначала должно быть описание мероприятия.

4. Обязательное требование: прием регистраций через веб-форму. Это самый удобный способ регистрации для слушателей. Если потенциальный слушатель звонит вам по телефону, регистрируйте его самостоятельно через свою веб-форму.

Форма регистрации должна содержать обязательные поля:

- Фамилия
- Имя
- Название компании
- Должность
- Электронная почта
- Контактный телефон
- Откуда узнали о семинаре*

Внимание! Эти поля должны быть обязательными для заполнения!

Это обязательные поля, которые **должны быть в вашей регистрационной форме**. Вы можете дополнить форму другими полями. Если все поля в вашей форме обязательны к заполнению, об этом должно быть написано перед формой регистрации. Если обязательны к заполнению не все поля, тогда обязательные должны быть выделены, например, звездочкой (*), и ниже необходимо дать пояснение, что поле со звездочкой обязательно к заполнению.

* В поле «Откуда узнали о семинаре» должно быть несколько вариантов ответа. **Обязательно должны присутствовать ответы** «На сайте 1С-Битрикс», «Из рассылки 1С-Битрикс».

5. Если вы планируете отбирать аудиторию по каким-то признакам, т.е. ручную обработку регистраций и отказы нежелательным для вас лицам, необходимо под/перед формой регистрации добавить, что организатор вправе отказать в посещении семинара лицам, которые, по мнению организатора, не целевая аудитория.

На отказ в посещении семинара дается не более 2х суток. Запрещается фильтровать аудиторию и отказывать за 1 день до семинара.

6. После заполнения формы, слушатель должен увидеть на вашей посадочной странице, что его заявка принята, либо отклонена. Причина отклонения заявки должна быть явно указана. Так же у слушателя после неудавшейся попытки регистрации, должна быть явная возможность зарегистрироваться еще раз. Помимо этого, слушатель должен получить на электронный адрес, указанный при регистрации, подтверждение о получении заявки на участие. Запрещается запрашивать подтверждение регистрации у слушателя. Например: потенциальному слушателю для подтверждения регистрации нужно пройти по ссылке, которую ему высылает организатор после регистрации.

Шаблон письма о подтверждении заявки на участие расположен в Битрикс24 на Диске группы.

Если у вас «ручная» обработка регистраций, либо первичное подтверждение происходит по телефону, электронное подтверждение регистрации по установленному образцу должно быть отправлено в любом случае.



7. Крайне **не рекомендуется использовать CAPTCHA**. Этим вы только усложните слушателю регистрацию на семинар. Если вы все же используете капчу, символы на ней должны быть различимы без малейшего труда и вреда для зрения. Формы со сложными капчами не принимаются.
8. **Протестируйте** работоспособность формы регистрации, подтверждения регистрации как на сайте, так и по электронной почте. Только после того, как вы протестируете работу формы регистрации, отправляйте ссылку на согласование.
9. Необходимо предусмотреть возможность регистрации по телефону с занесением данных слушателя в веб-форму.
10. Посадочные страницы, размещенные в базах мероприятий, или имеющие форму регистрации, сделанную с помощью сторонних сервисов, к публикации не принимаются (например, на timerpad.ru, google forms и т.д.).
11. Лендинги, содержащие информацию, вводящую потенциального слушателя в заблуждение, что семинар проводит «1С-Битрикс» либо при участии спикеров «1С-Битрикс», к размещению не принимаются.
12. На посадочной странице **не должно быть продажи услуг партнера или рекламы продуктов 1С-Битрикс**, на странице размещаем информацию о семинаре.
13. На посадочной странице, для анонсирования в СМИ и в рассылках нельзя использовать фотографии семинаров других организаторов, в том числе, и фотографии цикла семинаров "Формула сайта"
14. Посмотрите на размещенную информацию глазами слушателя. Всё должно быть четко, понятно, удобно.

Анонсирование

1. «1С-Битрикс» оказывает информационную поддержку Программы. В анонсах и графических материалах будет информация по программе в целом, либо по городу в целом, без указания конкретных партнеров. Привлечение слушателей именно на ваш семинар вы осуществляете самостоятельно. **Вы же несете ответственность за количество слушателей.**

Все ссылки с рекламных материалов «1С-Битрикс» будут вести на отдельную страницу сайта «1С-Битрикс», содержащую список городов, дат и организаторов семинаров. Ссылки с ваших рекламных материалов должны вести на вашу посадочную страницу с информацией о семинаре.

2. Подготовьте анонс мероприятия:

- четко опишите актуальность семинара
- сделайте акцент на знаниях/выгодах, которые получат слушатели по окончании семинара
- обязательно укажите, что семинар бесплатный, но нужна регистрация
- избегайте громоздких текстов, содержащих «воду» и пространные рассуждения
- больше конкретики, цифр
- не забудьте указать адрес проведения и контактные данные ответственного за организацию сотрудника вашей компании.

Используйте шаблон анонса (на Диске), изменив под себя необходимые данные.

3. В анонсах, рассылках, баннерах можно и нужно заменить «Федеральный семинар» на «Бесплатный семинар «Ваше название»».



4. Запрещается

- делать из семинара конференцию, мастер-класс, круглый стол и т.п.
- относить компанию «1С-Битрикс» к числу организаторов
- позиционировать мероприятие как «семинар «1С-Битрикс»
- создавать иллюзию участия спикеров «1С-Битрикс» в семинаре

Пример:

Неправильно:

Федеральный семинар 1С-Битрикс «Онлайн-инструменты современного бизнеса»
Бесплатный семинар «Федеральный семинар 1С-Битрикс «Интернет-магазин от А до Я»
«Приглашаем на семинар при поддержке «1С-Битрикс» (без указания в тексте, что организатором является партнер)
«Семинар от «1С-Битрикс» пройдет в Муроме»

Правильно:

Бесплатный семинар «Интернет-магазин от А до Я»
Приглашаем на бесплатный Федеральный семинар «Интернет-магазин от А до Я»

5. В тексте анонса/рассылки должно быть написано, что семинар проходит в рамках «Федеральной программы 1С-Битрикс».

6. В публикации должно быть четко обозначены контакты и название партнера, организующего семинар

7. Все тексты, графические материалы для анонсирования должны быть согласованы с координатором перед публикацией. Несогласованные материалы не компенсируются

8. Попробуйте договориться интернет-порталами, дружественными компаниями и партнерами об **информационном спонсорстве** мероприятия. Они вам могут помочь баннерами, анонсами, рассылками по своей базе клиентов. Взамен предложите их рекламных материалов в «пакете слушателя», логотип на лендинге и т.п.

9. **Самую низкую эффективность** имеют такие каналы анонсирования, как радио, телевидение, журналы/газеты, распространение листовок и другая офлайн активность, контекстная реклама. Эти каналы не для анонсирования семинаров по ИТ-тематике.

Наиболее эффективны анонсы на городских интернет-порталах*, email-рассылки, приглашение по телефону**, посты в группах соц.сетей.

На данный момент соц.сети вытесняют другие каналы для анонсирования мероприятий. Рассмотрите наиболее посещаемые группы (паблики) в вашем городе. Отлично подойдут паблики с городскими новостями, мероприятиями города. Свяжитесь с администраторами пабликов для бронирования постов или действуйте [через биржу](#).

Наиболее результативный формат таргетированной рекламы в соц.сетях - [продвижение записей сообществ](#). Это ваше рекламное объявление в живой ленте сообщества с возможностью детального таргетинга. Стандартные [рекламные объявления](#) низко эффективны для анонсирования семинаров по ИТ-тематике. Не тратьте на них деньги и время.

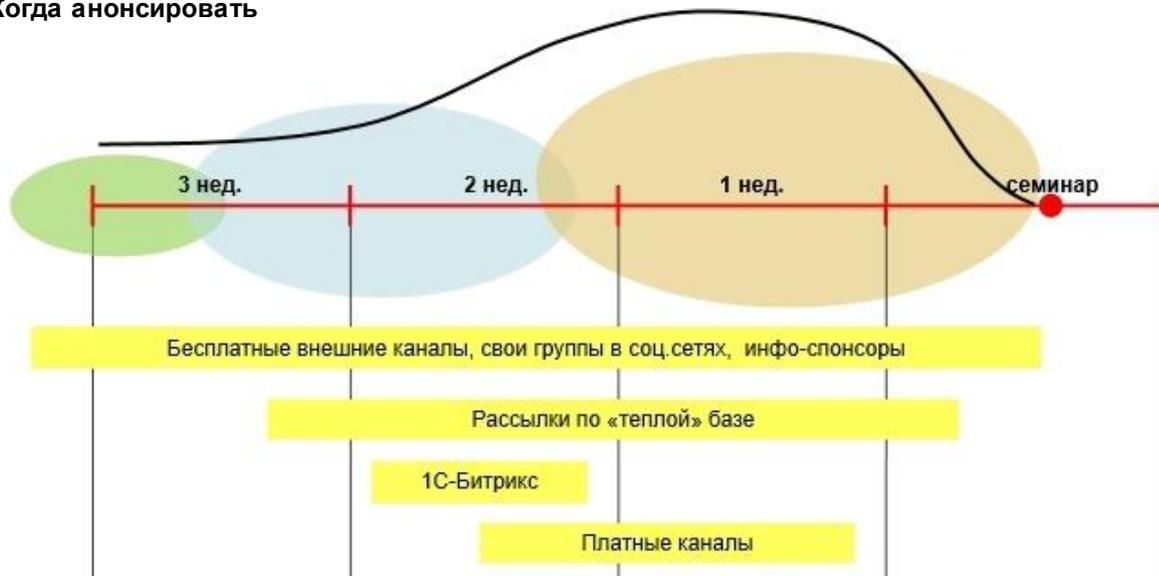
* рассматривайте только размещение анонсов в новостной ленте (на главной странице портала). Баннерная реклама неэффективна.

** С помощью стороннего колл-центра или своими силами.



10. Согласуйте план анонсирования с координатором: **если вы проводите семинар на первой неделе**, то до 10 марта; если на второй неделе, то до 17 марта.

Когда анонсировать



11. Рекламная кампания со стороны «1С-Битрикс» начнется **с 11 мая** и будет протекать поэтапно. До этой даты вы уже можете размещать свои анонсы/баннеры в СМИ, полноценно заниматься анонсированием мероприятия, если ваша посадочная страница согласована.

12. При анонсировании семинара используйте официальный хештег Программы #Федеральный_семинар.

Работа с зарегистрированными до семинара, % явки

Следите за регистрациями, если набрано необходимое количество участников, вы обязаны закрыть регистрацию. Запрещается приглашать на онлайн трансляцию тех, кто не успел зарегистрироваться на семинар или организовывать для них идентичный семинар во время прохождения Программы.

Например: если вы планировали 50 участников на семинар, а у вас 120 регистраций, то регистрацию надо закрывать. На посадочной странице сообщите, что свободных мест не осталось, закройте форму регистрации.

Если вы хотите организовать еще один семинар - это можно будет сделать через 1-2 недели после Программы семинаров, предварительно согласовав мероприятие с менеджером 1С-Битрикс

Средний процент явки (кол-во пришедших от кол-ва зарегистрированных) на семинары в Москве и Санкт-Петербурге – 40-50%. В других городах - 55-60%.

Еженедельно **напоминайте** зарегистрированным о семинаре **по электронной почте**. За 2-3 дня до семинара **обзвоните зарегистрированных**. За день до семинара сделайте финальную рассылку по тем, кто подтвердил участие или сомневается. **Это не рекомендация, это требование к удержанию регистраций в рамках данной Программы семинаров.**

Смс-рассылки с напоминанием о семинаре могут быть дополнительным инструментом для удержания регистраций, **но НЕ заменяющим** e-mail рассылку.



Если вы не напоминаете зарегистрированным о семинаре, получите низкую явку и впустую потраченные деньги. **Количество регистраций НЕ равно количеству слушателей.** На семинаре всегда будет меньше пришедших, чем зарегистрировавшихся.

Пример. Вы начинаете анонсирование семинара за 3 недели. Каждую неделю отправляйте напоминание зарегистрированным. За 2-3 дня обзвоните всех и напомните о мероприятии. За день сделайте финальную рассылку по тем, кто подтвердил участие и сомневается. Если вы все эти 3 недели пренебрегаете напоминаниями, на семинаре получите низкую явку в 30-40%.

Рекламные материалы

1. «1С-Битрикс» обеспечивает организаторов рекламными материалами: листовки, ручки, пакеты, настенный флаг, настольный баннер.

2. После согласования программы сообщите почтовый адрес для отправки материалов. Если планы по числу слушателей на семинаре изменились, то сообщите об этом координатору вместе с адресом. **Формат:** Индекс, Город, улица, дом, офис, название компании, контактное лицо, телефон контактного лица.

Каждый организатор получает бесплатно:

- листовки по «1С-Битрикс: Управление сайтом»
- листовки по Битрикс24 (независимо от тематики семинара),
- ручки,
- полиэтиленовые пакеты,
- настенный флаг (если ранее флаг вам не отправлялся),
- настольный баннер.

3. Подготовьте **свои сувениры для лотереи**. От вас у слушателя должно что-то остаться, чтобы потом он обратился именно к вам, а не отправился на сайт 1С-Битрикс искать себе подрядчика.

Внимание! Дарение продуктов 1С-Битрикс и предоставление скидки на них запрещены партнерским соглашением.

4. **Партнер должен создать простой промокод** для участников семинара. Таким образом, вы сможете привязать потенциального клиента к себе и получить прибыль. Как это работает? Если клиент для регистрации своего Битрикс24 использует ваш промокод или реферальную ссылку, то даже если он в дальнейшем решит купить платный тариф у нас напрямую, то вы все равно получите вознаграждение с такой покупки! **50%** с первой оплаты и **20%** с каждой последующей **в течение 3х лет**. Подробнее на сайте партнерской программы Битрикс24

5. Подготовьте раздаточный рекламный материал:

- Все материалы должны быть упакованы в фирменный пакет «1С-Битрикс»
- В «пакете слушателя» должны быть 2 листовки по продуктам «1С-Битрикс», ручка «1С-Битрикс», анкета слушателя (предоставляется координатором), программа.
- Кроме листовок по продуктам «1С-Битрикс» подготовьте листовки или буклеты об услугах вашей компании. Отличный ход – прайс-лист на ваши услуги и коммерческое предложение в «пакете слушателя».
- Если есть возможность, предложите слушателям скидочные купоны на свои услуги или бонусные карты.

6. За 2-3 дня до семинара подготовьте **программы и анкеты для слушателей**. Шаблон анкеты будет предоставлен с нашей стороны. Этот шаблон вы сможете дополнять своими вопросами.



Убедительная просьба не менять имеющиеся в форме вопросы, не менять имеющиеся в анкете ответы на эти вопросы, не дополнять ответы своими вариантами. Данные собираются со всех участников и анализируются. По полученным анкетам после семинара вы будете заполнять специальную отчетность.

Работа в день проведения мероприятия

! Все оформительские и подготовительные работы в конференц-зале должны быть сделаны до прихода первых слушателей семинара. Все задействованные в подготовке и проведении семинара сотрудники должны прибыть на место не позднее, чем за час до начала регистрации слушателей.

1. Оформите помещение до прихода слушателей

- **Флаг «1С-Битрикс»** должен быть размещен на стене в зале или в зоне регистрации, а не на столе регистрации. **Не делайте из флага скатерть!**
- Напольные баннеры (если есть) должны быть размещены в зале, где проходит мероприятие. В крайнем случае – рядом со столом регистрации.
- Настольные баннеры – на столе регистрации или на столе президиума.

2. Проверка оборудования перед семинаром

Возьмите у арендодателя контакты технического специалиста, который отвечает за работоспособность и настройку оборудования в конференц-зале. За 1-2 часа до начала семинара необходимо самим или с помощью технического специалиста проверить работоспособность проектора, микрофонов и звукоусилителей.

3. Расстановка табличек-указателей пути к конференц-залу

Чтобы слушатели легко могли найти зал, поставьте несколько табличек указателей на всём протяжении пути от выходной двери до дверей зала. Сделать это необходимо до прихода первых слушателей. Альтернативой табличкам могут быть ваши сотрудники. Они могут указывать слушателям дорогу.

4. Регистрация слушателей

Стол регистрации должен быть на видном месте, **на столе обязательна табличка с надписью «Регистрация»**. Рядом со столом регистрации желательно разместить напольный баннер «1С-Битрикс» или повесить на стенку флаг «1С-Битрикс».

За столом должен быть менеджер, регистрирующий слушателей. Менеджер отмечает в заранее подготовленном списке зарегистрированных пришедших на семинар слушателей, а также выдает пакеты слушателей. **Менеджер должен находиться за столом регистрации до конца мероприятия и встречать тех, кто решил подойти на мероприятие попозже.**

Пакеты слушателям выдавайте лично в руки, сразу же после того, как отметите их в списках.
Выдача пакетов после семинара и раскладка их на стулья в зале не допускается.

5. Контроль готовности питания

Предоставьте ответственному сотруднику контакты кейтеринговой службы (или заведующего столовой), которая будет обслуживать мероприятие. За полчаса до начала по программе кофе-брейк необходимо подойти в столовую (или в другой зал, где планируется накрыть кофе-брейк) и проконтролировать ход работы по подготовке питания. Если кофе-брейк задерживается, необходимо предупредить об этом ведущего семинара, чтобы оперативно изменить программу семинара во избежание недовольства слушателей.



6. Контроль соблюдения регламента мероприятия

Определите сотрудника, который будет исполнять роль ведущего мероприятия и следить за соблюдением регламента.

Ведущему необходимо:

- сделать вступительное слово в начале семинара, представить участников;
- контролировать время выступлений докладчиков. Если докладчик выбивается из регламента, необходимо мягко проинформировать докладчика об этом;
- после каждого выступления попросить зал задавать вопросы докладчикам. Для вопросов из зала необходим второй микрофон и сотрудник, который этот микрофон будет подносить слушателю;
- в начале и в конце семинара попросить слушателей заполнить анкеты, которые имеются в пакете слушателя и сдать их сотруднику за столом регистрации

7. Контроль готовности докладчиков

Передайте какому-либо сотруднику контакты всех докладчиков. В случае, если докладчик не явился в зал за 30 минут до начала своего выступления, необходимо позвонить ему и узнать причину задержки. Если докладчик задерживается, необходимо предупредить об этом ведущего семинара, чтобы оперативно внести изменения в программу.

8. Создание фото-отчета

Сделайте по несколько снимков каждого из этапов мероприятия. Сфотографируйте процесс регистрации, оформление зоны регистрации и зала, заполненный слушателями зал, кофе-брейк. Этот фото-отчет понадобится не только для отчетности для «1С-Битрикс». Будет правильно, если после мероприятия вы выложите фотографии на свой сайт или соц. сети используя официальный хештег Программы #про_Битрикс24.

9. Лотерею для слушателей рекомендуется проводить по анкетам. Это позволит вам собрать обратную связь. В течение семинара вы напоминаете о лотерее и необходимости заполнить анкеты. В конце семинара собираете, складываете в подходящую тару, объявляете приз и вынимаете анкеты по одной.

Отчетность

1. Предоставьте отчет по проведенному мероприятию до 9 июня:

- полностью заполненные пункты в соответствующей задаче;
- фотографии мероприятия (**обязательно наличие фото:** заполненного зала, оформления, регистрации, кофе-брейка);
- сканы бухгалтерских документов, подтверждающих ваши затраты (платежные поручения с отметкой банка либо акты или счета-фактуры, чеки и т.п.);
- список зарегистрированных слушателей в формате excel с контактными данными (телефон, e-mail).

Все загружается на портал Битрикс24. В другом виде отчетность не принимается.

2. Выложите на свой сайт презентации и фотографии мероприятия.

3. Координатор может запросить дополнительные данные, фото, отзывы слушателей, а также обзвонить слушателей в целях проверки достоверности отчетных данных.

4. Через 3 месяца сообщите координатору данные по конверсии семинара: сколько было «горячих» клиентов, сколько заключено договоров и на какие услуги/продукты.



5. Компенсация и баллы начисляются после принятия отчетности в течение 3 рабочих дней с момента принятия отчета.

Работа с лидами после мероприятия

1. В течение 3х дней после семинара разошлите всем зарегистрированным приглашение скачать презентации, напомните о себе. Предложите в письме скидки на свои услуги, бонусы. Дайте повод обратиться к вам и слушателям и тем, кто не смог посетить семинар.
2. Занесите лиды в свою CRM. Назначьте ответственных менеджеров за обработку контактов и назначение встреч «горячими» потенциальными клиентами. Не ждите, пока о вас вспомнят и обратятся, проявите инициативу самостоятельно.
3. Оцените полезность проведенного мероприятия для своей компании. Проанализируйте положительные и отрицательные моменты своей организационной работы. По отзывам слушателей оцените удачные и неудачные доклады. Соотнесите затраты и полученный эффект.
4. Рекомендуем спустя 2-4 недели провести еще семинар или бизнес-завтрак для более узкой аудитории, которая больше всего заинтересовалась продуктом. Перед мероприятием будет не лишним набрать пул вопросов от лояльных слушателей.
5. Запланируйте на будущее проведение семинаров по продуктам «1С-Битрикс» по [программе маркетинговой поддержки](#).