

**КРАТКИЙ СЛОВАРЬ  
ТЕРМИНОВ  
И КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ  
ИВЕНТ ИНДУСТРИИ.  
СОВРЕМЕННЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ  
(EventTech)**



БИБЛИОТЕКА  
ВЫСТАВОЧНОГО  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО  
ЦЕНТРА

БИБЛИОТЕКА  
ВЫСТАВОЧНОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА

**КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ  
И КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ  
ИВЕНТ ИНДУСТРИИ.  
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
(EventTech)**

Редакционный совет проекта:

Островская Д. А., Ошарина Ю. В., Смирнова А. Н.,  
Четыркина Е. В., Чуваев А. Н.

Эксперты-рецензенты:

Демьяненко Р. В., Журавлёв С. М.,  
Киламти М. Г., Куделин П. А.

Санкт-Петербург

**2024**

ББК 65.29  
К 78

## **Краткий словарь терминов и ключевых понятий ивент индустрии. Современные технологии (EventTech)**

Редакционный совет проекта: Островская Д. А., Ошарина Ю. В., Смирнова А. Н., Четыркина А. В., Чуваев А. Н.

Эксперты-рецензенты: Демьяненко Р. В., Журавлёв С. М., Киламти М. Г., Куделин П. А.

Редактор Збаровский К. В., художник-дизайнер Скрыпник М. А., корректор Миронова Т. В. – Санкт-Петербург, 2024. 120 с. Тираж 500 экз. Отпечатано в типографии ООО «Виктория». 194044, Санкт-Петербург, Б. Сампсониевский пр., д. 60, литера П.

ISBN 978-5-6049331-6-9

Настоящий словарь подготовлен в рамках серии «БИБЛИОТЕКА ВНИЦ» и посвящен современным технологиям событийной индустрии. Издание содержит термины и основные понятия, используемые при применении EventTech в процессе организации и проведения деловых мероприятий, краткий обзор структуры рынка и информацию о компаниях. В подготовке словаря принимали участие члены Комитета по информационным и коммуникационным технологиям Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ) и Комитета «Информационные технологии» Национального конгресс-бюро, использованы наработки ведущих международных и российских отраслевых ассоциаций, компаний и экспертов в области ИТ, а также непосредственно в сфере событийной индустрии.



БИБЛИОТЕКА  
ВЫСТАВОЧНОГО  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО  
ЦЕНТРА

# КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ И КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ (EventTech)

ПРОЕКТ РЕАЛИЗОВАН ПРИ ПОДДЕРЖКЕ  
КОМПАНИИ «РК АВАНГАРД»



РЕКОМЕНДОВАНО  
НАЦИОНАЛЬНЫМ КОНГРЕСС-БЮРО





# Содержание

I. ТЕРМИНЫ И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ	7
1.1. ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ ИВЕНТ-ТЕХНОЛОГИЙ	8
1.2. НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	11
1.3. ФОРМАТЫ СОБЫТИЙ	17
1.4. ТЕРМИНЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЙ	19
II. ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ EventTech В РОССИИ	39
III. EventTech В МИРЕ	47
3.1. ОБЗОР РЫНКА ТЕХНОЛОГИЙ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ	48
3.2. ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ПРИ ВЫБОРЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ	53
IV. EventTech В РОССИИ	57
4.1. ОБЗОР РЫНКА ТЕХНОЛОГИЙ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ	58
4.2. КОМПАНИИ EventTech В РОССИИ	66
V. ПРИЛОЖЕНИЯ	91
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ШАБЛОНЫ ДОКУМЕНТОВ ОТ AV3 STUDIO	93
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. РУКОВОДСТВО ПОКУПАТЕЛЯ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЙ	94
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	117





# ТЕРМИНЫ И ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ



Современные технологии – это совокупность инструментов, методов, процессов и знаний, используемых для создания, разработки и улучшения продуктов, услуг и систем. Современные технологии основаны на достижениях научно-технического прогресса и ориентированы на производство продукта: материальная технология создает материальный продукт, информационная технология (ИТ) – информационный продукт.

EventTech (англ. – событийные технологии) – технологии проведения мероприятий / ивент-технологии – это любой инструмент, приложение или программное обеспечение, которые помогают планировать, проводить и измерять, подводить итоги события.

В настоящем издании рассмотрены современные технологии в области событийной индустрии (EventTech). При этом основное внимание было уделено именно информационным технологиям (ИТ), как наиболее развивающемуся направлению. К информационным технологиям относятся такие направления, как программные средства – прикладные и системные, организационно-методическое обеспечение и технические средства ИТ.

# 1. Термины и основные понятия

С развитием информационных технологий в повседневную жизнь входят новые термины. Это касается и событийной индустрии. Использование правильной терминологии помогает упростить общение и обеспечить точность и ясность изложения информации.

## 1.1 Основные категории ивент-технологий

За основу описания категорий ивент-технологий настоящего раздела взята классификация из книги Дензила Ренкина и Марко Джиберти «Переосмысление жизни: будущее индустрии выставок, конгрессов, ивентов» с комментариями, предоставленными компанией СК-ИНФОРМИКА [7].

### **Комплексные решения**

Интегрированные пакеты программных решений для комплексного управления циклом мероприятий.

### **Цифровые платформы**

Готовые программные решения, доступные по подписке, для организации и проведения мероприятий.

### **Программные продукты / решения для планирования мероприятий**

Программные решения, связанные с управлением деятельностью в рамках планирования мероприятий.

### **Управление площадкой проведения мероприятий**

Программные решения по управлению объектами недвижимости, позволяющие автоматизировать процессы по ведению реестра учета площадок проведения и графика их загрузки, управлению договорами аренды и расчетами с арендаторами, эксплуатации объектов недвижимости.

### **Торговые площадки**

Программные решения, которые позволяют объединить B2B и B2C покупателей и продавцов конкретных отраслей, либо масштабируют взаимодействие на межотраслевом рынке.

### **Маркетинг и продвижение**

Программные решения, предназначенные для стимулирования маркетинговых усилий и привлечение участников и экспонентов, спонсоров. Сюда входят кампании в социальных сетях, рассылки по электронной почте, SEO, SEM, ретаргетинг.

### **Регистрация и продажа билетов**

Технологии (аппаратное и программное обеспечение), обеспечивающие процесс регистрации участников мероприятий, формирование списков участников, проведение оплаты и покупки билетов, организации контроля доступа на площадку.

### **Взаимодействие с участниками мероприятий**

Программное обеспечение, ориентированное на обеспечение сетевого взаимодействия между участниками – голосование,

опросы, геймификация, вопросы спикерам и прочее, подбор квалифицированных потенциальных байеров, формирование и поиск возможностей для подбора партнеров и организации встреч между покупателями и продавцами.

### **Виртуальные и очные мероприятия**

Программные платформы, ориентированные на проведение онлайн- и виртуальных мероприятий, включая прямые трансляции и предоставление материалов по запросу.

### **VR/AR/MR**

Аппаратные и программные решения, включающие виртуальную (VR), дополненную (AR) или смешанную реальности (MR).

### **Управление контентом**

Инструменты для создания контента мероприятий: составление и редактирование программы, управление регистрацией сессий и порталами для спикеров. Программное обеспечение как услуга может использоваться также для обработки информационных и приглашительных писем. С его помощью можно упростить процесс рассылки, просмотра определения содержимого и планирования связанных действий.

### **Технологии, связанные с путешествиями и гостиничным бизнесом (для очных мероприятий)**

Программные решения, которые помогают организаторам предоставлять своим участникам, экспонентам или спонсорам услуги по размещению и прочие сервисы на время проведения мероприятий. К этому относятся также транспорт, отели и сопутствующие услуги.

### **Данные, аналитика, отчетность**

Программные решения, которые позволяют организаторам мероприятий агрегировать и анализировать данные для разных вариантов использования, а также формировать отчеты и предоставлять информацию заинтересованным сторонам.

### **Соавторство человека и нейронной сети**

Контент делового события разрабатывается искусственным интеллектом. Для создания практичной и полезной программы конгрессного мероприятия нейросеть анализирует материалы новостей, статей, интервью и отраслевых исследований по требуемой тематике и выделяет ключевые проблемы и темы, самых авторитетных экспертов по ним, а также предлагает варианты информационных материалов для разных целевых групп: участников, спонсоров и партнеров.

### **Прочие категории**

Существует длинный перечень прочих категорий, которые либо являются второстепенными, либо только зарождаются. Сюда входят решения для управления ассоциациями, сценарии открытия мероприятий, поиска и выбора мест проведения, ботов, тепловых карт и датчиков местоположения внутри помещений, планирования и многое другое.

В Приложении 2 представлено руководство по принятию решения о выборе программного обеспечения для организации мероприятий.

## **1.2 Новые технологии**

### **1.2.1. Иммерсивные технологии [8]**

Иммерсивность (англ. Immerse – погружать) – это свойство контента за счет применения различных, прежде всего аудиовизуальных, технологий погружать пользователя в содержание. В идеале погружение достигается за счет воздействия на все органы чувств человека, однако современным технологиям еще далеко до такого масштабного охвата. В наши дни виртуальность ограничивается тем, что пользователь видит, слышит и в редких случаях ощущает ее тактильно. Запах и вкус на данный момент нашли весьма ограниченное применение в иммерсивных технологиях.

Основные компоненты, которые позволят создать правильную вовлекающую атмосферу на событии:

- эмоциональное погружение в атмосферу через работу с пространством и с разными органами восприятия;
- физическое вовлечение;
- ролевое взаимодействие;
- разного рода коммуникации со зрителем;
- сотворчество с участниками.

### Примеры иммерсивных технологий [6]:

#### **Виртуальная реальность (англ. – Virtual Reality, VR)**

Созданный компьютером мир, доступ к которому можно получить с помощью иммерсивных устройств – шлемов, перчаток, наушников. Виртуальная среда полностью заменяет реальный мир, не реагируя на его изменения, при этом пользователь может воздействовать на нее, погружаясь, к примеру, в видеоигру.

#### **Дополненная реальность (англ. – Augmented Reality, AR)**

Добавляет реальному миру слои. То есть люди могут по-прежнему взаимодействовать с физической средой, получая дополнительную информацию от своих устройств или приложений дополненной реальности.

#### **Смешанная реальность (англ. – Mixed Reality, MR)**

Наложение искусственного контента на реальный мир. Но в отличие от AR, искусственный мир привязан к реальному и взаимодействует с ним, например, хирурги накладывают виртуальные изображения на пациента во время операции. Ключевой характеристикой MR является то, что виртуальный и реальный контент могут реагировать друг на друга в режиме реального времени.

#### **Расширенная реальность (англ. – Extended Reality, XR)**

Собирательное понятие для обозначения сконструированной реальности в целом – и VR, и AR.

#### **RR (англ. – Real Reality)**

Объективная или настоящая реальность.

## Применение иммерсивных технологий в событийной индустрии

### Иммерсивное деловое мероприятие<sup>1</sup>

Реальность, которая создается для гостей мероприятия посредством особой организации сценического пространства и специального аудиовизуального контента (англ. Immersive – создающий эффект присутствия, погружения). Такая форма события предполагает принципиально другой подход к гостям. Пьеса, режиссура, сценография – все здесь подчинено погружению участника делового мероприятия в игру.

### Иммерсивная конференция

Ивент-технология, которая позволяет в рамках традиционной конференции создать особое пространство, где участники смогут погрузиться в выбранную тематическую среду.

### 1.2.2. Искусственный интеллект

В данном разделе представлены основные понятия современных технологий событийной индустрии.

**Искусственный интеллект (ИИ)** (англ. – Artificial Intelligence, AI) – это комплекс технологических решений, позволяющий имитировать когнитивные функции человека, включая самообучение, поиск решений без заранее заданного алгоритма и достижение инсайта, и получать при выполнении конкретных практически значимых задач обработки данных результаты, сопоставимые как минимум с результатами интеллектуальной деятельности человека. Комплекс технологических решений включает в себя информационно-коммуникационную инфраструктуру, программное обеспечение, в том числе такое, в котором используются методы машинного обучения, процессы и сервисы по обработке данных, анализу и синтезу решений [5].

Главное отличие ИИ – это способность обучаться и совершенствоваться в ходе выполнения поставленных задач. То есть часто

<sup>1</sup> Immersive-event.ru

применяемая технология адаптируется к вашим потребностям, в то время как обычная система раз за разом решала бы задачу по одной и той же схеме.

Технологии искусственного интеллекта – технологии, основанные на использовании искусственного интеллекта, включая компьютерное зрение, обработку естественного языка, распознавание и синтез речи, интеллектуальную поддержку принятия решений и перспективные методы искусственного интеллекта [4].

### Три основных технологических принципа ИИ

К основным технологическим принципам создания искусственного интеллекта относят следующие.

- **Принцип машинного обучения (МО).** В нем задействуются алгоритмы самообучения. От человека требуется лишь загрузить в компьютер массив данных и поставить задачу. Машинное обучение может реализовываться посредством разных методик: обучение с учителем, когда именно человек обозначает цель (проверить какую-либо гипотезу, действие закономерности и т. п.). Далее – обучение без учителя. В таком случае уже есть результаты интеллектуального анализа информации, а задача машины – выявлять в них закономерности, имитируя человеческое мышление. Есть еще глубокое обучение – смешанный вариант, применяемый для работы с большими объемами данных.
- **Использование нейросетей** для обучения искусственного интеллекта. Имеется в виду математически смоделированная система, созданная по аналогии с человеческими нервными клетками (повторяется их строение и порядок функционирования). Идеальный вариант такой системы – способность к самообучению. Технологически нейросеть представляет собой большой набор процессоров, выполняющих каждый свою задачу в общем проекте. Проще говоря, это суперкомпьютер, состоящий из сети простых компьютеров.
- **Глубокое обучение.** Это самостоятельный принцип ИИ, предназначенный для поиска закономерностей в громадных массивах с данными. Человеку с такой работой не справиться, а у компьютера для этого есть свои специальные приемы [9].

## Применение искусственного интеллекта в событийной индустрии

Искусственный интеллект все еще является относительно новой технологией, которая далека от полного раскрытия своего потенциала. Но даже в нынешнем виде возможности, которые ИИ привносит в событийную индустрию, позволяют оптимизировать работу больше, чем когда-либо прежде. Организаторы мероприятий могут использовать ИИ для решения следующих задач.

- **Исследования:** проведение анализа рынка, в т. ч. по данным о предыдущих событиях и трендах, а также изучение целевой аудитории.
- **Аналитика:** использование технологии анализа текста, например, юридических документов.
- **Поиск идей:** разработка креативных концепций на основе выявленных потребностей и трендов в индустрии.
- **Создание контента,** в т. ч. персонализированного для участников мероприятий: генерация текстовых описаний и концептуальных материалов для события; подготовка презентаций, информационных материалов, изображения и видео; создание визуальных элементов, таких как декорации, приглашения и дизайн; анимация визуализации; автоматизированное моделирование 3D-элементов; написание постов в социальных сетях.
- **Преобразование и сохранение текстов выступлений:** перевод и расшифровка выступлений, включая транскрибацию, подписи и перевод звука в прямом эфире; запись стенограмм выступлений, создание сводки событий деловой сессии; преобразование видеозаписи сессий в маркетинговый контент, в т. ч. анализ выступлений докладчиков с целью определения обсуждаемых проблем и способов их решения, а также анализ обратной связи для быстрой диагностики настроений аудитории.
- **Использование чат-бота** для привлечения участников перед событием, оказания помощи во время мероприятия и сохранения отношений после него.



### Проблемы применения искусственного интеллекта

ИИ в настоящее время находится на ранних стадиях внедрения, поэтому его возможности не безграничны. Выделяются три основных трудности применения ИИ [10].

- Обучение машин возможно только на основе массива данных. Это означает, что любые неточности в информации сильно сказываются на конечном результате.
- Интеллектуальные системы ограничены конкретным видом деятельности. То есть умная система, настроенная на выявление мошенничества в сфере налогообложения, не сможет выявлять махинации в банковской сфере. Мы имеем дело с узкоспециализированными программами, которым еще далеко до многозадачности человека.
- Интеллектуальные машины не являются автономными. Для обеспечения их жизнедеятельности необходима целая команда специалистов, а также большие ресурсы.

Динамичное развитие применения искусственного интеллекта в бизнесе и охват новых сфер жизни человека вызывают опасения граждан: насколько безопасен ИИ для человека, в каких областях допустимо его использовать, кто будет нести ответственность за действия ИИ. Поэтому был разработан «Кодекс этики в сфере ИИ» [11]. Это единая система рекомендательных принципов и правил, предназначенная для создания среды доверенного развития технологий искусственного интеллекта в России. «Кодекс этики в сфере ИИ»:

- носит рекомендательный характер;
- присоединение к нему осуществляется на добровольной основе;
- распространяется только на гражданские разработки.

На 01.12.2023 года к Кодексу присоединились и выразили свою приверженность принципам этики ИИ 247 российских предприятий: государственные корпорации, коммерческие и некоммерческие организации, образовательные и научно-исследовательские учреждения.

## 1.3 Форматы событий

Определения данного раздела являются официальными определениями, опубликованными в государственных стандартах.

### **Онлайн-мероприятие<sup>2</sup>**

Мероприятие, организованное с использованием информационно-коммуникационных технологий на стадиях подготовки и проведения, в котором взаимодействие участников и посетителей осуществляется без очных коммуникаций с помощью специализированного программного комплекса (платформа мероприятия), обеспечивающего удаленный доступ к месту проведения мероприятия, доступ на которое осуществляется по ссылке (сетевому адресу), направленной участникам, и (или) опубликованной в сети интернет в случае свободного доступа посетителей и участников. В выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности к онлайн-мероприятиям относятся выставки, выставки-ярмарки (онлайн-выставки, выставки в онлайн-режиме), конгрессные мероприятия, конгрессно-выставочные события.

### **Онлайн-выставочное, выставочно-ярмарочное мероприятие<sup>3</sup>**

Мероприятие, в котором взаимодействие участников и посетителей осуществляется без очных коммуникаций с помощью специализированного программного комплекса (платформа мероприятия), обеспечивающего удаленный доступ к месту проведения мероприятия, доступ на которое осуществляется по ссылке (сетевому адресу), направленной участникам, и (или) опубликованной в сети интернет в случае свободного доступа посетителей и участников.

---

<sup>2</sup> Проект ГОСТ Р «Конгрессные и выставочные онлайн-мероприятия. Общие требования».

<sup>3</sup> Проект ГОСТ Р Конгрессные и выставочные онлайн-мероприятия. Общие требования.

### **Гибридное выставочное, выставочно-ярмарочное мероприятие<sup>4</sup>**

Мероприятие, в котором взаимодействие с участниками и посетителями осуществляется одновременно в режимах очного и с использованием информационно-коммуникационных технологий, обеспечивающих доступ к месту проведения мероприятия без очных коммуникаций.

### **Виртуальное конгрессное мероприятие<sup>5</sup>**

Мероприятие, условно не ограниченное в пространстве, реализуемое на основе интернет-сервиса, посредством которого его организатор предоставляет возможность зарегистрированным участникам обмениваться знаниями и опытом, вести дискуссию.

### **Гибридное конгрессное мероприятие<sup>6</sup>**

Мероприятие, в котором часть зарегистрированных участников физически присутствует на площадке, а часть – принимает участие в дистанционном удалении с применением современных интернет-технологий.

### **Очное конгрессное мероприятие (конгрессное мероприятие офлайн)<sup>7</sup>**

Мероприятие, ограниченное во времени и пространстве, на котором зарегистрированные участники физически присутствуют на площадке проведения и лично принимают участие во всех событиях.

---

<sup>4</sup> Проект ГОСТ Р Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения.

<sup>5</sup> Проект ГОСТ Р Конгрессная деятельность. Термины и определения.

<sup>6</sup> Проект ГОСТ Р Конгрессная деятельность. Термины и определения.

<sup>7</sup> Проект ГОСТ Р Конгрессная деятельность. Термины и определения.

## 1.4 Термины, используемые при подготовке онлайн-мероприятий

В данном разделе представлены термины, которые необходимо знать при подготовке онлайн-мероприятий.

Определения терминов, сгруппированных по этапам подготовки и проведения онлайн-мероприятий, предоставлены руководителем студии AV3 П. А. Куделиным.

### Этап 1. Обсуждение концепции

#### Формат мероприятия

Этап, на котором принципиально становится понятно, как будут взаимодействовать спикеры и основные участники, в какие интерактивные взаимодействия они будут включены.

#### Интерактивность участников

Выделяют три типа участников. Без обратной связи: они смотрят прямой эфир, но не могут писать вопросы и оставлять комментарии. С обратной связью через чат: могут задавать вопросы, писать комментарии, голосовать, отправлять эмоджи. Интерактивные участники: в процессе мероприятия могут участвовать с помощью аудио и видео.

#### Формат участия спикеров

Спикеры могут быть офлайн (находиться в основной локации), а также могут быть удаленными, то есть подключаться к мероприятию онлайн с помощью какого-либо ПО. В РФ распространены три решения: vMix Call, Zoom, TrueConf.

#### Живое или предзаписанное участие

В живом варианте участия спикер подключается офлайн или онлайн. Но в последнее время распространенная практика – это предварительная запись обращения VIP-участников или запись

доклада с последующим включением это в эфир. Часто зрителей не уведомляют, что это предварительная запись, чтобы имитировать живое участие ВИП-спикера.

## Этап 2. Подготовка со стороны участников

### 2.1. Регистрация

#### Лендинг, посадочная страница

Как правило, одностраничный сайт для регистрации участников мероприятия. Минимально на лендинге есть программа, список выступающих, форма регистрации, политика обработки персональных данных.

#### Прогревочная серия

Серия писем или сообщений в мессенджерах, которые получают зарегистрированные участники мероприятия. Они необходимы, чтобы напоминать про событие, завершить продажу билетов или допродать дополнительные опции, а также увеличить ожидание мероприятия.

#### Коммуникация

Термин из корпоративных мероприятий. Как правило, письмо или сообщение в корпоративном мессенджере, приглашение для партнеров, сотрудников или клиентов. Чаще всего коммуникация проходит несколько этапов утверждения содержания и стиля, чтобы соответствовать брендбуку и ToV компании.

### 2.2. Работа со спикерами

#### Тестирование спикеров

Этап технической проверки компетенций онлайн-спикера. Обязателен при удаленном подключении спикера к мероприятию.

#### Бриф спикеров

Обсуждение со спикером содержание его выступления. Свер-

ка целей спикера и организаторов мероприятия, учет внутреннего комплаенса.

### **Удаленный спикер**

Спикер, подключаемый к мероприятию через интернет с помощью специализированного программного обеспечения, в том числе иностранный. В последнем случае с сопровождением синхронного переводчика, который обеспечивает перевод на основной язык и обратно.

## **Этап 3. Подготовка со стороны организаторов**

### **3.1. Прямой эфир**

#### **CDN**

Content Delivery Network или сеть передачи контента. Как пример – YouTube. Набор серверов, расположенных в различных городах, которые позволяют большому количеству участников смотреть единый поток «тяжелых» данных, видео прямого эфира. Бывают бесплатные или платные.

#### **Плеер трансляции**

Готовое или разработанное подрядчиком ПО, которое принимает видеопоток из CDN и отображает его зрителю. Функционал плеера может быть очень широким: не только выбор качества трансляции и громкость, но и выбор языков синхронного перевода, переключение между потоками, интерактивы и голосования.

#### **Потоки трансляции**

Трансляция внутри мероприятий нескольких параллельных потоков прямого эфира. В простом случае – мероприятие с несколькими залами, и из каждого зала идет свой прямой эфир. Все потоки должны быть забрендированы в едином стиле мероприятия. У зрителей должна быть возможность удобно переключаться между ними на платформе мероприятия.

### **Закрытая или открытая трансляция**

К открытой трансляции можно подключиться, перейдя по прямой ссылке, оставив контактные данные. Закрытые трансляции подразумевают предварительную регистрацию и/или оплату.

### **Уникальные ссылки для эфира**

Возможность удобно попасть в прямой эфир для участников, перейдя по ссылке из письма или мессенджера. Ссылка для каждого участника уникальная, что позволяет платформе точно авторизовать участника без необходимости делать это вручную.

### **Задержка для эфира**

Время между тем, что спикер говорит, и онлайн-участники его слышат. Минимально для трансляции это четыре секунды, обычно около 20–30 секунд. Важно иметь в виду, что формат трансляции возможен, только если участники являются неинтерактивными, иначе задержка эфира не позволит им нормально разговаривать.

### **Софт для трансляции**

Платное или бесплатное ПО, позволяющее передавать видео-аудиопоток на серверы вещания (CDN). Основным протоколом передачи аудиовидео-потока является RTMP.

### **Автовеб / имитация прямого эфира**

Технология используется преимущественно в инфобизнесе. Это имитация прямого эфира, когда на платформе в записи транслируется не только прямой эфир, но и сообщения, и вопросы в чате. Это создает у реальных участников ощущение, что спикер действительно общается со зрителями в чате. Технология используется как обязательная часть воронки продаж.

## **3.2. Подготовка контента**

### **Разрешение и формат**

На текущий момент типовое разрешение видео в прямом эфире 1920\*1080 px.

## **Экранная графика**

Слайды, а также различные эффекты, используемые в прямом эфире для повышения зрелищности. Различают статичную и динамическую графику. Статичная графика – это заставка мероприятия, подложка, на которой располагается камера спикера и презентация. Динамичная графика – это видеозаставка мероприятия, анимированная подложка, стингеры (анимированные переходы между планами).

## **Этап 4. Проведение**

### **4.1. Возможности для участников**

#### **Синхронный перевод**

Возможность, не прерывая спикера, переводить его речь на другой язык и транслировать для участников с опцией самостоятельного выбора языка просмотра. Базово для двух языков (русский и английский) на мероприятие приглашаются два переводчика, которые работают по 30 минут с последующей сменой. Переводчики могут подключаться и работать удаленно.

#### **Интерактивные инструменты**

Набор инструментов для вовлечения и удержания внимания участников. Простые: опросы, голосования. Сложные: геймификация, квизы. Могут присутствовать на платформе мероприятия, либо решаться сторонними инструментами (готовыми сервисами).

#### **Платформа для мероприятия**

Сайт со специализированным функционалом, предназначенный для проведения онлайн-части мероприятия. На платформе размещаются прямая трансляция мероприятия, чат, вопросы, интерактивные инструменты и средства сбора аналитики. Количество российских производителей платформ не превышает пяти. А типовые «движки» для построения сайтов не решают данную задачу в полной мере.



### **Виртуальная выставка**

Часть платформы мероприятия, которая позволяет участникам/спонсорам/партнерам получить виртуальное пространство в рамках ивента, на котором они могут выложить информацию о компании/продукте или услуге.

## **Этап 5. Завершение**

### **Аналитика по мероприятию**

Специализированный отчет, включающий в себя информацию о действиях зарегистрированных участников в привязке к разнообразным факторам: география, продолжительность участия в мероприятии, вопросы в чате, доклады спикеров.

### **НМО отчет**

Частный вид аналитики по событию, используемый для мероприятий медицинской тематики. Формируется на основании требований государственной комиссии НМО и включает информацию: первых вход на мероприятие и последний выход, количество проведенных минут онлайн, количество подтверждений присутствия, отмеченных каждым участником.

## **Этап 6. После мероприятия**

### **Отчетный ролик**

Как правило, трехминутный видеоролик, который создается на основании проведенного мероприятия. Является артефактом, используемым организатором для отчетности перед спонсором.

Далее в разделе представлен глоссарий [3], опубликованный в апреле 2022 года в Техническом путеводителе по виртуальным мероприятиям 2022, подготовленным студией контент-маркетинга EventMB (в настоящее время Skift Meetings), производящей высококачественный цифровой контент для лидеров событийного рынка и индустрии гостеприимства<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Перевод с английского языка подготовлен Выставочным научно-исследовательским центром R&C (ВНИЦ R&C).

## Активности

### Вопросы и ответы (Q&A)

Инструменты, позволяющие участникам задавать вопросы, на которые спикеры или модераторы могут отвечать в режиме реального времени.

### Геймификация

Использование игровой механики для достижения целей делового мероприятия и повышения вовлеченности.

### Лента активности

Страница, на которой размещен пользовательский контент или контент, созданный организатором мероприятия, который автоматически обновляется по мере публикации контента, аналогично ленте в социальных сетях.

### Модерация живого чата

Возможность вручную или автоматически модерировать чат в режиме реального времени.

### Опросы

Анкеты рассылаются участникам, как правило, сразу после сеансов или в конце мероприятия.

### Опросы в режиме реального времени

Инструменты, которые позволяют ведущим и персоналу мероприятия задавать аудитории вопросы и получать ответы в режиме реального времени.

### Пуш-уведомления

Возможность отправлять уведомления определенному кругу пользователей.

### Реакции и эмодзи

Возможность для пользователей нажимать на значки реакции или эмодзи, чтобы взаимодействовать с содержимым сеанса.

### **Социальная стена (лента сообщений)**

Функция, которая позволяет посетителям просматривать сообщения других пользователей о мероприятии, обычно основанная на использовании хештегов событий.

### **Фотобудка**

Виртуальная фотобудка, где посетители могут сфотографировать себя на фирменном фоне и добавить к фотографии наклейки с другими элементами. Фотографиями также можно поделиться в социальных сетях.

## **Интеграция**

### **Автоматизация маркетинга**

Возможность синхронизации данных с инструментами автоматизации маркетинга.

### **Вовлечение аудитории**

Возможность синхронизации данных с инструментами взаимодействия с аудиторией.

### **Выставление счетов и бухгалтерский учет**

Возможность синхронизации данных с инструментами выставления счетов и бухгалтерского учета.

### **Доступность API**

Возможность интеграции платформы с другим программным обеспечением через интерфейс прикладного программирования (API). Тип и уровень API будут определять объем данных, доступных для совместного использования, и то, как часто системы проверяют наличие новых данных.

### **Продажи и CRM-системы**

Возможность синхронизации данных с инструментами управления продажами и взаимоотношениями с клиентами (CRM).

### **Регистрация (третьей стороной)**

Возможность интеграции с широко используемыми сторонними инструментами регистрации для облегчения регистрации или продажи билетов внутри платформы или просто для облегчения плавной передачи данных с платформы регистрации на платформу виртуального мероприятия, чтобы посетителям не приходилось вводить их дважды.

## **Контент**

### **Автоматически сгенерированный контент выделяет основные моменты**

Возможность платформы автоматически создавать основные моменты сеанса из контента мероприятия на основе лайков, активности в чате или других показателей вовлеченности.

### **Библиотека по запросу**

Возможность размещения библиотеки контента по запросу (видеозаписи, документы и т. д.) на платформе. Контент, как правило, загружается или транслируется в потоковом режиме для мероприятия и повторно используется для этой библиотеки.

### **Всплывающий просмотр прямой трансляции**

Возможность для пользователей продолжать просматривать содержимое сеанса во всплывающем окне или подобном, перемещаясь по другим частям платформы.

### **Обмен в социальных сетях**

Возможность легко делиться ссылками на контент в социальных сетях.

### **Ограничение доступа для определенных уровней / типов пользователей**

Возможность управлять доступом к контенту для определенных групп пользователей.

### **Персонализированная повестка дня**

Возможность для пользователей выбирать контент и сохранять выбранный в качестве персонализированной повестки дня.

### **Предоставление доступа на основе активности пользователя**

Возможность предоставлять доступ к контенту на основе таких действий, как покупка пакета контента.

### **Просмотр контента позднее и плейлисты**

Возможность для пользователей отмечать контент для последующего просмотра и создавать списки воспроизведения контента.

### **Рекомендации по содержанию**

Возможность платформы рекомендовать контент пользователям на основе поведения пользователя или критериев, установленных организатором, которые могут включать прошлые просмотры, лайки или сеансы, сохраненные сетевыми контактами.

### **Управление спикерами собственными профилями**

Возможность для спикеров управлять собственными профилями.

### **Функции, доступные только для аудио**

Возможность предлагать живой или предварительно записанный аудиоконтент в рамках мероприятия.

## **Представление данных**

### **Информационная панель для спонсоров/экспонентов**

Веб-страница с актуальными или регулярно обновляемыми данными о мероприятиях, которыми можно поделиться со спонсорами или экспонентами.

### **Использование мобильного приложения**

Данные о пользователях, взаимодействующих с событием через соответствующее мобильное приложение для проведения мероприятий.

### **Клики по баннерной рекламе**

Данные о количестве кликов пользователей по каждому баннеру.

### **Контакты и беседы**

Данные об активности пользователей при подключении, создании сетей через чат.

### **Открытие электронной почты**

Сведения о пользователях, которые открывали электронные письма, отправленные через платформу.

### **Отчеты о взаимодействии**

Отчет о данных, включающий показатели вовлеченности или релевантности для организатора мероприятия.

### **Отчеты об окупаемости инвестиций для спонсоров/экспонентов**

Отчет о данных, отражающий любую информацию от количества кликов до просмотров страниц и показов, который вы можете использовать для обоснования уровня вовлеченности спонсоров и экспонентов.

### **Панель мониторинга для организаторов**

Веб-страница с актуальными или регулярно обновляемыми данными о событиях, имеющих отношение к организатору мероприятия.

### **Показатели вовлеченности**

Данные о взаимодействиях пользователей на мероприятиях, которые могут включать активность в чате, ответы на опросы, открытие документов или любую другую отслеживаемую активность, демонстрирующую вовлеченность пользователей.

### **Показатели отсева**

Данные о том, как долго пользователи просматривают «живой» или предварительно записанный видеоконтент.

### **Показы баннерной рекламы**

Данные о количестве показов каждого баннера пользователям.

### **Посещение стенда**

Данные о том, какие посетители получают доступ к конкретным виртуальным стендам.

### **Просмотры сеанса**

Данные о пользователях, участвующих в сеансах в режиме реального времени или просматривающих контент по запросу.

## **Работа в сети**

### **Виртуальная приемная**

Специально отведенное цифровое пространство, где участники и другие заинтересованные стороны могут собираться и общаться друг с другом.

### **Групповой видеочат**

Возможность начать видеозвонок с несколькими пользователями на платформе.

### **Групповой чат / обсуждение**

Возможность для участников общаться в чате внутри группы или на форуме внутри платформы.

### **Групповой чат или чат 1-на-1 в рамках сеансов**

Возможность для участников общаться в чате на групповом форуме или наедине друг с другом во время сеанса.

### **Инструменты модерации группового чата**

Возможность назначенному модератору или администратору мероприятия управлять форумами группового чата, например, отключая звук участников или удаляя сообщения, публикации или комментарии.

### **Планирование встреч 1-на-1**

Возможность для участников планировать встречи друг с другом внутри платформы, которые будут проходить либо на платформе, либо в другом месте.

### **Подбор партнеров в зависимости от типа участника**

Возможность платформы рекомендовать участникам возможности для общения в сети в зависимости от того, к какой категории они относятся. Обычно устанавливается во время регистрации и на основе типа билета.

### **Подбор партнеров на основе искусственного интеллекта**

Возможность рекомендовать сетевые возможности и постоянно улучшать рекомендации с помощью машинного обучения или искусственного интеллекта.

### **Профили участников**

Профили для каждого участника, отображающие такую информацию, как его имя, должность, компания и т. д.

### **Рекомендации по подключению**

Возможность платформы рекомендовать участникам возможности для общения на основе информации, которую они предоставляют, либо в процессе регистрации, либо в своем профиле.

### **Частные видеозвонки 1-на-1**

Возможность для участников общаться друг с другом конфиденциально через видеочат внутри платформы.

### **Чат между посетителями**

Возможность для участников общаться на платформе один на один.



### **Чат-комнаты или видеочаты с ограниченным количеством участников**

Чаты, форумы, видеочаты или другие пространства, доступные только посетителям, как правило, для того, чтобы торговые агенты не могли войти в это пространство.

## **Регистрация и маркетинг**

### **Автоматизация маркетинга по электронной почте**

Возможность автоматизировать рекламные и маркетинговые электронные письма, как правило, путем создания списков рассылки, которые вы можете сегментировать, чтобы массово отправлять целевые сообщения.

### **Динамическое ценообразование**

Возможность устанавливать гибкие цены на билеты/регистрацию, которые могут изменяться в зависимости от текущих требований рынка или других заранее установленных критериев.

### **Единый вход через SAML 2.0**

Возможность для пользователей входить в систему с помощью системы единого входа, использующей аутентификацию SAML 2.0. Обычно это практикуется корпоративными пользователями, поэтому те, кто вошел в рабочую систему, автоматически получают доступ к событию.

### **Инструменты SEO для веб-сайта мероприятия**

Возможность точной настройки веб-сайта мероприятия с целью улучшения его рейтинга в SEO.

### **Контроль доступа с помощью уникальных ссылок или учетных данных для входа**

Возможность для участников получить доступ к платформе по уникальным или «волшебным» ссылкам, или с помощью имени пользователя и пароля.

### **Массовый маркетинг по электронной почте**

Возможность массовой отправки рекламных электронных писем через платформу.

### **Настраиваемый веб-сайт мероприятия**

Возможность платформы публиковать веб-сайт мероприятия или целевую страницу онлайн с целью привлечения посетителей и сбора регистраций.

### **Отчетность/аналитика**

Возможность отслеживать регистрационные и маркетинговые данные, такие как количество людей, которые нажали на рекламное электронное письмо, или количество людей, которые отказались от своей корзины перед покупкой билета.

### **Продажа билетов (различные ценовые категории)**

Возможность продавать несколько типов билетов на мероприятие, обрабатывать платежи и оформлять билеты внутри платформы.

### **Промокоды для регистрации**

Возможность использовать промокоды, чтобы предоставить владельцам регистраций доступ к специальным ценам при регистрации.

### **Регистрация**

Возможность для участников зарегистрироваться на событие и заполнить стандартную регистрационную форму в рамках самой платформы виртуальных мероприятий.

### **Реферальные программы**

Возможность стимулировать владельцев регистраций рекомендовать событие другим, как правило, предлагая скидку на стоимость билета или эксклюзивный доступ к чему-либо на мероприятии.

### **Стандартный уровень кастомизации брендинга**

Возможность для организаторов мероприятий изменять внешний вид платформы в соответствии с брендом. Это может варьироваться от базовой настройки (например, включая цвета текста и фона, изображения виджетов, логотипы) до расширенной настройки (например, значки меню, навигация, URL события).

### **Типы/уровни пользовательской регистрации**

Возможность создавать несколько настраиваемых типов регистрации с различными уровнями доступа, которые также можно использовать для управления сетью или другими функциями взаимодействия между пользователями.

### **Хостинг интернет-магазина**

Возможность размещения интернет-магазина или онлайн-покупок через платформу.

## **Спонсорство и выставка**

### **Аналитические отчеты, ориентированные на рентабельность инвестиций**

Возможность для организаторов предоставлять спонсорам и экспонентам отчеты, демонстрирующие окупаемость их инвестиций.

### **Баннеры**

Статичные или вращающиеся изображения, которые появляются в продольном направлении вверху или внизу заданных страниц или между определенными элементами внутри страницы, как в списке участников выставки.

### **Видеоролики или демонстрация слайдов в перерывах**

Короткий видеофрагмент или изображение, которое появляется во время перерывов в сеансах.

### **Выделение текста в списках участников**

Способ отличить одну или несколько записей от остальных, обычно в пределах списка.

### **Выставочный зал и стенды**

Выделенное пространство на виртуальной платформе для экспонентов, где они могут демонстрировать свою продукцию и общаться с посетителями.

### **Генерация лидов и совместное использование результатов сессионных взаимодействий**

Возможность получать информацию от участников, которые посещали сессии организаторов или демонстрации, или о них самих.

### **Живые демоверсии**

Возможность демонстрировать продукцию и взаимодействовать лицом к лицу по видеосвязи с одним или несколькими посетителями.

### **Загружаемые ресурсы**

Возможность предлагать экспонентам информационные и другие материалы для их скачивания посетителями.

### **Наложения на прямую трансляцию**

Изображения, которые появляются на переднем плане прямых трансляций.

### **Обмен сообщениями между посетителями и экспонентами**

Функция чата внутри платформы, которая позволяет посетителям и экспонентам общаться в режиме реального времени.

### **Особенности спонсорства геймификации**

Функции геймификации доступны спонсорам и участникам выставки.

### **Особенности спонсорства сессий**

Любые функции, позволяющие спонсорам взаимодействовать с пользователями во время сеансов обмена контентом.

### **Планирование индивидуальных встреч/личных встреч с посетителями**

Возможность для спонсоров и экспонентов планировать индивидуальные встречи с посетителями.

### **Предварительный показ рекламы в контенте по запросу**

Возможность автоматического добавления предварительной видеорекламы к видеоконтенту по запросу.

### **Привлечение потенциальных клиентов и обмен информацией в результате посещения стенда**

Возможность получать информацию от посетителей, посетивших стенды экспонента, или о них самих.

### **Промежуточный видеоролик перед сеансами**

Короткий видеофрагмент, который появляется перед началом сеанса.

### **Профили спонсоров/экспонентов**

Профили для каждого спонсора или экспонента, обычно отображающие такие данные, как название их компании, описание, контактную информацию, ссылки на любые спонсируемые мероприятия или виртуальные элементы, а также любые проводимые промоакции и т. д.

### **Спонсируемые пуш-уведомления**

Возможность использовать пуш-уведомления для спонсоров. Это может включать в себя возможность добавлять баннеры или ссылки на пуш-уведомления.

**Управление спонсорами/экспонентами собственными профилями**

Возможность для спонсоров и экспонентов управлять собственными профилями.





# ОСНОВНЫЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ АКТЫ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ EventTech В РОССИИ



Специализированные законодательные акты, которые регулируют деятельность по использованию технологий при организации мероприятий, не приняты, поэтому необходимо руководствоваться общим законодательством и применять его к определенной сфере деятельности.

### **Для организации взаимодействия между поставщиками технологий и организаторами мероприятий:**

#### **Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ):**

- Часть вторая. Раздел IV. Отдельные виды обязательств (ст. 454–1109) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ.
- Часть четвертая. Раздел VII. Права на результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации (ст. 1225–1551) от 18 декабря 2006 г. № 230-ФЗ.

#### **Для работы с рекламой:**

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 24.07.2023) «О рекламе».

#### **Для деятельности, предполагающей использование персональных данных участников мероприятий:**

Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ (ред. от 06.02.2023) «О персональных данных».

#### **В настоящее время в России реализуются мероприятия для поддержки ИТ-компаний с целью обеспечения ускоренного развития отрасли информационных технологий:**

Указ Президента РФ от 02.03.2022 № 83 «О мерах по обеспечению ускоренного развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации».

#### **Меры поддержки для ИТ-компаний**

- Создаются дополнительные налоговые условия для развития ИТ-отрасли.

- Упрощена процедура трудоустройства иностранных граждан – ИТ-специалистов.
- Работники аккредитованных ИТ-компаний, в том числе ИТ-специалисты, могут оформить льготную ипотеку при соблюдении определенных условий.
- На портале Госуслуг запущен раздел о мерах поддержки ИТ-отрасли, например, налоговые льготы, гранты, освобождение от проверок. В разделе есть вся необходимая нормативная база, можно прочитать частые вопросы по нужной мере и задать свои.
- До 3 марта 2025 г. в отношении аккредитованных ИТ-организаций приостановлено проведение выездных (повторных выездных) налоговых проверок.
- Нулевая ставка по налогу на прибыль (в части налога, зачисляемого в федеральный бюджет) установлена для ИТ-компаний на 2022–2024 гг. Для ее применения необходимо соблюдение определенных условий. Правило распространяется на правоотношения, возникшие с 1 января 2022 г.
- Правительство РФ уточнило правила, по которым российским организациям предоставляют субсидии, чтобы частично возместить затраты на разработку цифровых платформ и программных продуктов для производства высокотехнологичной промышленной продукции.
- Из федерального бюджета должны ежегодно выделяться средства для предоставления грантов на перспективные разработки отечественных ИТ-решений.

Все эти меры для ИТ-компаний регламентированы законами и Постановлениями Правительства РФ:

- Федеральный закон от 14.07.2022 № 323-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации».
- Федеральный закон от 14.07.2022 № 321-ФЗ «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации».
- Федеральный закон от 28.06.2022 № 207-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О правовом положении иностранных граждан в Российской Федерации».
- Постановление Правительства РФ от 06.05.2023 № 707 «О внесении изменений в Правила предоставления из федерального бюджета субсидий в целях обеспечения льготного кредитования проектов по цифровой трансформации, реализуемых на основе российских решений в сфере информационных технологий, и признании утратившими силу отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации».
- Постановление Правительства РФ от 22.11.2022 № 2112 «О внесении изменений в Правила предоставления субсидий российским организациям на возмещение части затрат на разработку цифровых платформ и программных продуктов в целях создания и (или) развития производства высокотехнологичной промышленной продукции».
- Постановление Правительства РФ от 30.04.2022 № 805 (ред. от 09.09.2023) «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета акционерному обществу «ДОМ.РФ» в виде вклада в имущество акционерного общества «ДОМ.РФ», не увеличивающего его уставный капитал, на цели возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным работникам аккредитованных организаций, осу-

ществляющих деятельность в области информационных технологий, и Правил возмещения кредитным и иным организациям недополученных доходов по жилищным (ипотечным) кредитам (займам), выданным работникам аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий».

- Постановление Правительства РФ от 23.04.2022 № 746 «О внесении изменений в Правила предоставления субсидий российским организациям на возмещение части затрат на разработку цифровых платформ и программных продуктов в целях создания и (или) развития производства высокотехнологичной промышленной продукции и признании утратившими силу отдельных положений некоторых актов Правительства Российской Федерации».
- Постановление Правительства РФ от 16.04.2022 № 682 (ред. от 06.05.2023) «О внесении изменений в Правила предоставления из федерального бюджета субсидий в целях обеспечения льготного кредитования проектов по цифровой трансформации, реализуемых на основе российских решений в сфере информационных технологий, и признании утратившим силу отдельного положения постановления Правительства Российской Федерации от 24 мая 2021 г. № 785».
- Постановление Правительства РФ от 06.04.2022 № 601 «О внесении изменений в Правила предоставления субсидии из федерального бюджета федеральному государственному бюджетному учреждению «Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере» на осуществление поддержки проектов малых предприятий по разработке, применению и коммерциализации российских цифровых решений и признании утратившим силу подпункта «л» пункта 2 изменений, которые вносятся в постановление Правительства Российской Федерации от 3 мая 2019 г. № 554, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 31 августа 2019 г. № 1127».

- Постановление Правительства РФ от 06.04.2022 № 599 «О внесении изменений в Правила предоставления субсидии из федерального бюджета некоммерческой организации Фонд развития Центра разработки и коммерциализации новых технологий на обеспечение первого масштабного внедрения российских решений в сфере информационных технологий».
- Постановление Правительства РФ от 06.04.2022 № 598 (ред. от 22.11.2022) «О внесении изменений в Правила предоставления субсидии из федерального бюджета Российскому фонду развития информационных технологий на поддержку проектов по разработке и внедрению российских решений в сфере информационных технологий».
- Постановление Правительства РФ от 28.03.2022 № 490 «Об утверждении Правил предоставления права на получение отсрочки от призыва на военную службу гражданам Российской Федерации, работающим в аккредитованных организациях, осуществляющих деятельность в области информационных технологий».
- Постановление Правительства РФ от 24.03.2022 № 448 (ред. от 04.02.2023) «Об особенностях осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля в отношении аккредитованных организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий, и о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации».

## Стандарты отрасли

В рамках национальной системы стандартизации в сфере выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности приняты следующие государственные стандарты, прописывающие основные положения, термины и определения, в т. ч. связанные с технологиями:

- ГОСТ 32608-2014 Деятельность выставочно-ярмарочная. Термины и определения.
- ГОСТ Р 53524-2009 Конгрессная деятельность. Термины и определения.
- ГОСТ Р 56765-2015 Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения.
- ГОСТ Р ИСО 25639-1-2015 Национальный стандарт Российской Федерации. Выставки, ярмарки, конгрессы. Часть 1. Словарь.
- ГОСТ Р 70135-2022 Деятельность ярмарочная. Общие технические требования.
- ГОСТ Р 70365-2022 Застройка выставочных стендов и экспозиций. Термины и определения.
- ГОСТ Р 70218-2022 Выставочный сервис. Основные положения.
- ГОСТ Р 70219-2022 Безопасность проведения конгрессных, выставочных и ярмарочных мероприятий. Основные положения и требования.





# EventTech В МИРЕ



Весной 2023 года портал Skift Meetings опубликовал исследование Event Technology Made Simple – 2023 Edition о развитии и трендах мирового EventTech. Эксперты изучили опыт более 70 компаний, сравнили свыше 60 платформ событийных технологий [1]. В настоящем разделе представлены отдельные элементы данного исследования.

### 3.1 Обзор рынка технологий проведения мероприятий

Постпандемическая среда проведения мероприятий вынудила поставщиков технологий для проведения мероприятий быть гибкими и корректировать свой подход, чтобы соответствовать развивающимся программам событий, которые вновь в значительной степени отдают предпочтение очным мероприятиям, а не виртуальным. Многие платформы продолжают позиционировать себя как инструменты «все в одном» – термин, который раньше обозначал комплексные возможности управления мероприятиями, но теперь расширился, включив в себя возможность поддержки всего спектра форматов событий: виртуальных, гибридных и очных. В то время как другие сузили свое внимание в попытке дифференцировать их продукт на переполненном рынке.

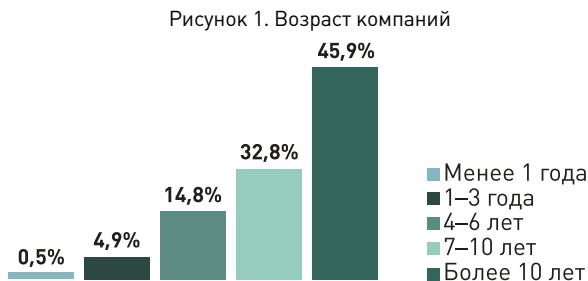
С тех пор, как к концу 2021 года физические события начали возвращаться, произошел четкий и быстрый переход от виртуальных мероприятий к очным. Чтобы оценить масштабы этого изменения, был произведен анализ форматов событий. За 2022 год количество очных мероприятий в мире увеличилось. Если в 2022 году 46% мероприятий, поддерживаемых поставщиками ивент-технологий, были очными, то в 2023 году таких событий стало 56%. Количество виртуальных мероприятий при этом сократилось с 35,3 до 26%. Доля гибридных мероприятий с прошлого года практически не изменилась, но эволюционировал тип гибридного события, который стал больше ориентирован на очных посетителей, чем на цифровых.

### 3.1.1. Профили компаний

Согласно результатам опроса (рис. 1–2), в мире 78,7% поставщиков технологий для проведения мероприятий, представленных в настоящее время на рынке, разрабатывают технологии для проведения событий уже более шести лет. Это указывает на зрелость рынка в целом, поскольку большинство компаний находятся на рынке уже некоторое время.

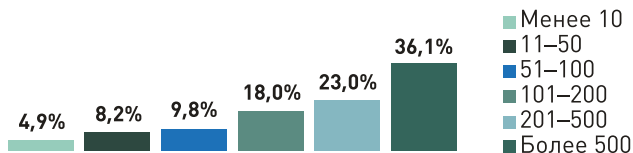
Лишь 4,9% респондентов сообщили о возрасте компаний от одного до трех лет. Это небольшая цифра, если учесть, сколько стартапов было запущено во время пандемии и, вероятно, объясняется тем фактом, что некоторые из них не пережили возвращения к работе офлайн, а также недавним множеством слияний и поглощений со стороны крупных игроков. Более того, только одной фирме меньше года – явный признак того, что бум новых компаний, занимающихся технологиями проведения мероприятий, прошел.

Две трети мировых поставщиков технологий для проведения мероприятий (65,6%) – небольшие компании с численностью от 1 до 100 сотрудников. Примерно у четверти (24,6%) работает от 101 до 500 сотрудников. И только у шести фирм (9,8%) занято более 500 человек. Все шесть крупнейших компаний предлагают продукты и услуги, выходящие за рамки технологий проведения событий, описанных в данном руководстве.



Источник: [www.meetings.skift.com](http://www.meetings.skift.com)

Рисунок 2. Количество сотрудников компаний

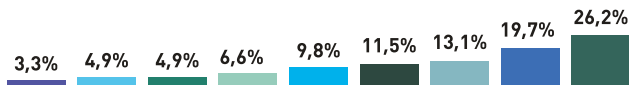


Источник: [www.meetings.skift.com](http://www.meetings.skift.com)

### 3.1.2. Профили заказчиков

Заказчики компаний, занимающихся технологиями проведения мероприятий, работают в самых разных секторах (рис. 3). Наибольшая доля (42,6%) приходится на корпоративных заказчиков, которые представляют технологическую, медицинскую/фармацевтическую и финансовую отрасли экономики. На втором месте оказались заказчики от ассоциаций и некоммерческих организаций (11,5%), далее следуют заказчики – организаторы конгрессно-выставочных мероприятий (9,8%) и заказчики из научно-образовательной сферы (4,9%).

Рисунок 3. Профили заказчиков



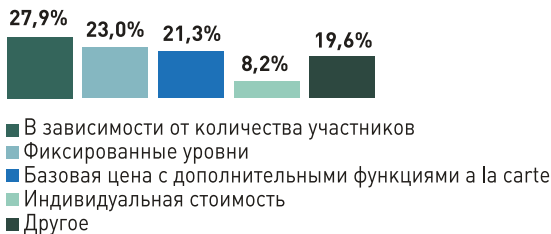
- Не разглашается
- Корпоративные заказчики (финансы и страхование)
- Наука/образование
- Корпоративные заказчики (медицина, фармацевтика, биотехнологии)
- Торговые выставки
- Ассоциации/некоммерческие организации
- Корпоративные заказчики (другие)
- Корпоративные заказчики (технологии)
- Другие

Источник: [www.meetings.skift.com](http://www.meetings.skift.com)

## Модели ценообразования

Модели ценообразования существенно различаются у разных поставщиков технологий для проведения мероприятий (рис. 4). Ценообразование у 27% мировых компаний зависит от количества участников мероприятий. Фиксированные цены, основанные на заранее определенных уровнях, например, базовый, корпоративный, профессиональный, также популярны: 23% респондентов используют эту модель. Еще 21,3% компаний предлагают базовую цену и дополнительно оплачиваемые расширенные функции. Индивидуальные ценовые предложения предоставляют 8,2% поставщиков.

Рисунок 4. Модели ценообразования



Источник: [www.meetings.skift.com](http://www.meetings.skift.com)

## Время отклика службы поддержки

Время, необходимое для получения ответа от поставщика технологий, – будь то запросы перед мероприятием (рис. 5) или сопровождение во время мероприятия (рис. 6) – очень важно при взаимодействии заказчика и поставщика услуг.

Когда дело касается предварительных запросов, около двух третей мировых поставщиков (69,8%) указывают, что они отвечают в течение одного часа. 9,8% отвечают менее чем за минуту. 23% респондентов отметили, что время ожидания ответа на за-

прос занимает от одного до четырех часов, и только небольшая часть пользователей вынуждена ждать более длительное время отклика. Но ни у одного из поставщиков услуг это не занимает больше 24 часов.

Время отклика на запросы в службу поддержки во время проведения мероприятия в среднем короче. Почти все поставщики (82%) обязуются отвечать на вопросы службы поддержки в режиме реального времени в течение 10 минут. Ни один провайдер не указал, что им требуется более одного часа, чтобы ответить на запросы в службу поддержки во время проведения события.

Рисунок 5.  
Время отклика  
службы поддержки  
(до мероприятия)

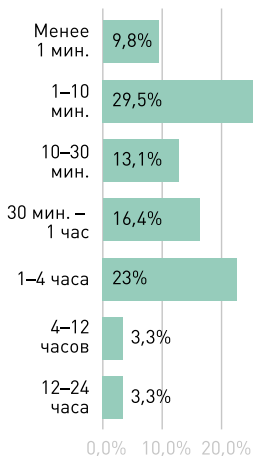
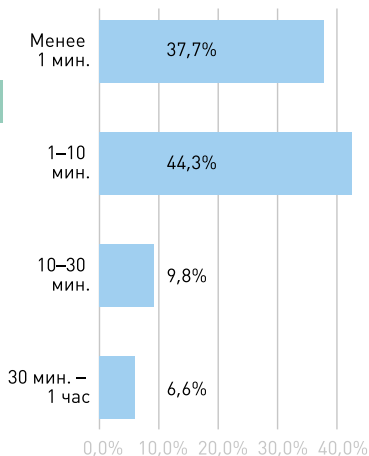


Рисунок 6.  
Время отклика  
службы поддержки  
(во время мероприятия)



## Постоянные инновации

Одно из основных технологических нововведений, которое потенциально может радикально изменить множество отраслей в ближайшие годы, включая событийную индустрию, будет связано с искусственным интеллектом. Многие компании, занимающиеся технологиями проведения мероприятий, уже внедряют различные формы базового искусственного интеллекта в свои продукты.

По данным опроса этого года, почти две трети мировых поставщиков (61%) предлагают по крайней мере одну функцию на базе искусственного интеллекта. Наиболее распространенное использование искусственного интеллекта – для подбора партнеров. Почти 40% поставщиков используют искусственный интеллект для подготовки персонализированных предложений по участию в мероприятии. Одна треть использует искусственный интеллект при разработке контента, а 14,8% поставщиков предлагают чат-бот с поддержкой искусственного интеллекта.

## 3.2 Обязательные требования при выборе технологии проведения мероприятий

На основании представленного исследования можно выделить обязательные требования к выбираемым технологиям проведения мероприятий.

### Интеграция

Для игроков рынка становится важным фактором способность событийных технологий интегрироваться и синхронизироваться с другими платформами и инструментами, такими, например, как CRM. Более 80% поставщиков предлагают варианты единого входа (SSO) и/или открытые API, поэтому организаторы мероприятий могут рассчитывать на некоторую степень функциональной совместимости от большинства решений на рынке. Что касается интеграции с определенными типами платформ, CRM и систем автоматизации маркетинга, то большинство поставщиков предлагает эту опцию.

Например, 37,7% компаний интегрируют продукт с инструментами выставления счетов или бухгалтерского учета.

### **Поддержка**

Она является еще одним важным фактором для компаний при выборе EventTech-партнера и широкодоступна. В общей сложности 83,6% поставщиков включают в соглашения обязательства по поддержке. Сейчас все компании предлагают клиентам адаптацию и обучение работе с продуктом. Почти все готовы обеспечить удаленную поддержку в день мероприятия. Более двух третей (70,5%) поставщиков в мире делают это круглосуточно. При этом большинство предлагает помощь в онлайн-чате (86,9%) и по телефону (77%). Некоторые предоставляют выделенных менеджеров проектов для клиентов/событий, которые помогают поддерживать клиентские программы и обеспечивать максимальную отдачу от платформы.

### **Конфиденциальность и безопасность данных**

Сегодня это одна из самых горячих тем на мероприятиях, особенно с появлением инструментов онлайн-взаимодействия. Что касается владения данными, то большинство поставщиков (80,3%) разрешает организатору обладать информацией пользователя и управлять ей.

### **Белая маркировка**

Она позволяет организаторам полностью удалить фирменный стиль платформы и включить стиль мероприятия или компании. Это популярная функция, предлагаемая 88,5% поставщиков.

### **Разделение**

В зависимости от потребностей конкретного мероприятия организаторам могут потребоваться только определенные инструменты, такие как мобильное приложение или виртуальная платформа. Большинство поставщиков технологий (85,2%) разрешает клиентам использовать только одну часть своего продукта.

## Локализация

С ростом числа виртуальных мероприятий и расширением охвата, который они обеспечивают, возможность адаптировать платформы, программное обеспечение к культуре какой-либо страны, например, к различным языкам или локализации, как никогда важна. Около половины платформ могут быть адаптированы для работы на любом языке.





# **IV**

## **EventTech**

### **В РОССИИ**

## 4.1 Обзор рынка технологий проведения мероприятий

EventTech – небольшой сегмент событийного рынка России. В 2022 году, по данным ВНИЦ R&C<sup>9</sup>, на сервисные услуги, к которым в том числе относится EventTech, приходилось 18% от общего объема и 12% от общего количества компаний событийной индустрии в России [12].

Технологические решения наиболее востребованы в сегменте деловых мероприятий.

Можно выделить несколько этапов развития рынка EventTech в России [13].

Этапы развития рынка EventTech в России

Технологии для пользователей 2010-е гг.	Цифровизация профессиональных игроков рынка 2017–2019 гг.	Фокус на эффективность 2020–2023 гг.
Развитие преимущественно «консьюмерских» технологий, позволяющих купить билет или зарегистрироваться на мероприятие. Бизнес-процессы организаторов мероприятий не автоматизированы.	Организаторы мероприятий массово и хаотично внедряют технологические решения: от CRM до VR. Стратегическая необходимость не обосновывается.	Внедрение технологий, повышающих операционную эффективность организаторов мероприятий.

Источник: Агентство инноваций Москвы, 2022 г.

Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C провел опрос компаний отрасли об использовании современных технологий в событийной индустрии. Опрос проводился с 24 октября по 12 ноября 2023 года.

Основной целью опроса было узнать, насколько распространено использование современных технологий в событийной индустрии российскими компаниями.

<sup>9</sup> Событийная индустрия России: итоги 2022 года. Исследование ВНИЦ R&C.

В опросе приняли участие члены профессиональных отраслевых ассоциаций Национального конгресс-бюро и Российского союза выставок и ярмарок (РСВЯ), также респонденты привлекались через приглашения в телеграм-каналах и портал Event LIVE.

Далее в разделе представлены результаты проведенного опроса.

### Виды деятельности компаний-респондентов

По видам деятельности среди респондентов преобладали организаторы выставок, конференций и других мероприятий, также в опросе приняли участие площадки и компании, занимающиеся сервисными услугами для отрасли (рис. 7).

Рисунок 7. Виды деятельности респондентов

*(сумма ответов превышает 100%, т. к. респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа)*



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

### Используемые технологии при подготовке мероприятий

Наиболее популярными технологиями, которые уже внедрены и широко используются в событийной индустрии, являются сервисы регистрации, видеотрансляции, мобильные приложения и различные инструменты интернет-маркетинга и продвижения (рис. 8).

## Рисунок 8. Технологии, которые обычно используют респонденты при подготовке мероприятий

(у респондентов была возможность выбора нескольких вариантов ответа)



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

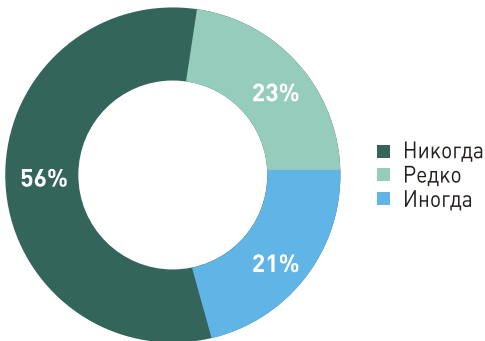
Организаторы мероприятий чаще используют технологии маркетинга и продвижения. Компании, занимающиеся сервисными услугами для организации мероприятий, в зависимости от специализации чаще выбирали сервисы продажи билетов и бронирования, технологии дополненной, виртуальной и смешанной реальности.

Технологии искусственного интеллекта только набирают обороты, и об их использовании заявили только 12% респондентов.

### Использование технологий, связанных с искусственным интеллектом

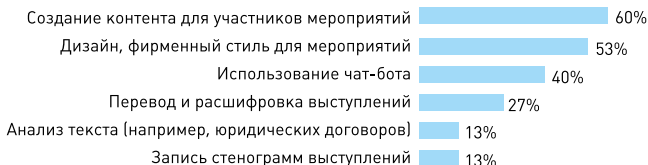
Хотя большинство респондентов пока совсем не использует технологии искусственного интеллекта в своей работе, часть уже постепенно начала задействовать его при создании контента для мероприятий в презентациях, информационных материалах, постах в социальных сетях; в дизайне и фирменном стиле, в общении с участниками мероприятия через чат-бот (рис. 9–10).

Рисунок 9. Частота использования технологий, связанных с искусственным интеллектом



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

Рисунок 10. Области применения искусственного интеллекта



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

### Технологии, которые будут активно развиваться в 2024–2025 годах

По мнению участников опроса, искусственный интеллект станет основным трендом на 2024–2025 годы. Эти данные схожи с результатами исследования «Рынок корпоративных мероприятий в России. Цифры и тренды MICE-сегмента»<sup>10</sup>, проводившегося в сентябре 2023 года среди агентств, заказчиков и конгресс-отелей, организующих корпоративные события. Искусственный интеллект для подготовки и проведения мероприятия использовали 20% опрошенных, однако в открытых ответах о главных трендах отрасли часто упоминалось, что будут развиваться новые решения с технологиями искусственного интеллекта. По мнению экспертов отрасли, искусственный интеллект уже активно используется отдельной частью организаторов событий в ведении соцсетей, подготовке презентаций и проч., однако есть и такие, кто пока не доверяет искусственному интеллекту и относится к нему скорее как к развлечению.

Активно также респонденты прогнозируют развитие мобильных приложений и комплексных цифровых платформ для проектирования и проведения мероприятий. В целом ожидается рост технологичности мероприятий, цифровых инструментов и онлайн-технологий (рис. 11).

<sup>10</sup> Исследование рынка корпоративных мероприятий (MICE) в России – 2023, подготовленное в 2023 году MICE Excellence и ВНИЦ R&C, [www.mice-russia.info](http://www.mice-russia.info).

Рисунок 11. Технологии, которые будут активно развиваться в 2024–2025 годах, по мнению респондентов





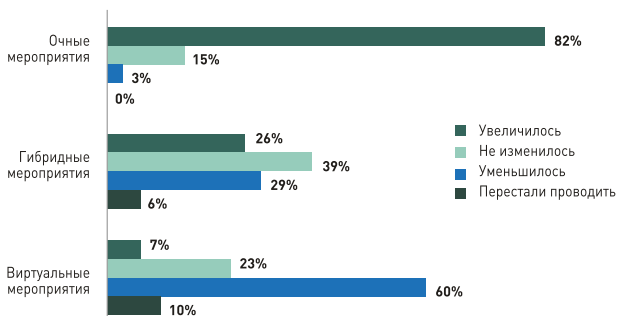
## Форматы мероприятий

Среди форматов проведения мероприятий в 2023 году вновь лидируют очные. Их количество увеличилось по сравнению с 2022 годом (рис. 12–13).

Прочную позицию заняли гибридные мероприятия, но их используют по мере необходимости. Около половины респондентов указали, что гибридный формат проводится в менее 20% случаях, треть – более часто (из них 14% проводят мероприятие в таком формате в более 50% случаев). По экспертной оценке из исследования по корпоративным мероприятиям, «гибридные мероприятия стали уже нормой. Некоторые игроки отмечают, что таких мероприятий у них до 90%. Такие события вошли в жизнь и очень упростили ее»<sup>11</sup>.

Количество виртуальных мероприятий сократилось, они занимают сейчас малую долю, но не исчезли с рынка. Почти треть респондентов указала, что делают такой формат, однако у большинства в общем портфеле мероприятий виртуальные мероприятия занимают менее 20%.

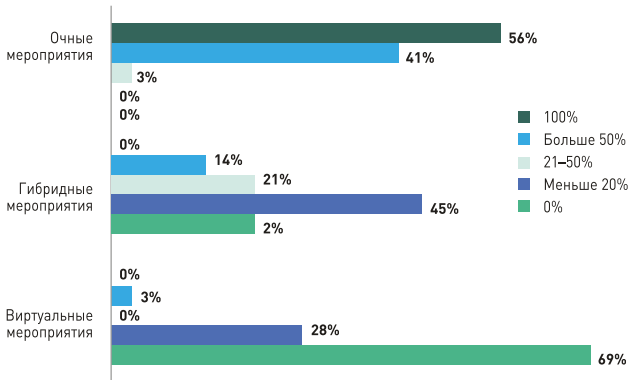
Рисунок 12. Оценка изменений количества мероприятий в 2023 году в сравнении с 2022 годом по форматам, %



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

<sup>11</sup> Исследование рынка корпоративных мероприятий (MICE) в России – 2023, подготовленное в 2023 году MICE Excellence и ВНИЦ R&C, [www.mice-russia.info](http://www.mice-russia.info).

Рисунок 13. Доля отдельных форматов в общем объеме мероприятий респондентов, %



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

### Прогноз изменений количества мероприятий в 2024–2025 годах

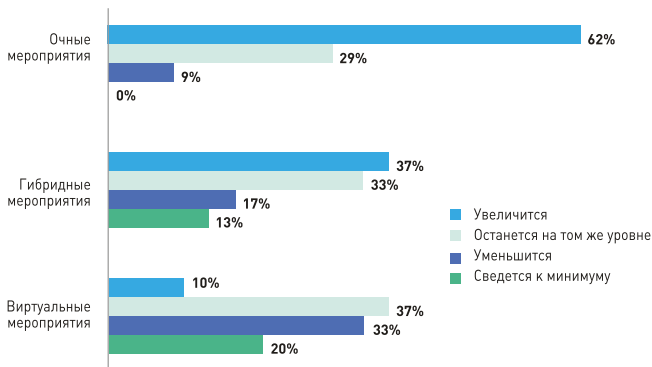
В 2024–2025 годах ожидается увеличение числа мероприятий очных и гибридных форматов. Количество виртуальных мероприятий, по мнению участников опроса, останется на том же уровне или сократится (рис. 14).

Таким образом, в событийной индустрии многие технологии стали уже привычными и имеют широкое использование. Некоторые технологии, которые 2–3 года назад только разрабатывались и внедрялись, сейчас имеют уже готовые варианты использования. Часть, например, «онлайн-голосование на мероприятиях», стали доступнее по стоимости для организаторов, легче используются. Естественнее и активнее стали использоваться чаты и каналы в «Телеграме», поскольку к этому привыкли участники мероприятий и это проще с технической точки зрения<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Исследование рынка корпоративных мероприятий (MICE) в России – 2023, подготовленное в 2023 году MICE Excellence и ВНИЦ R&C, [www.mice-russia.info](http://www.mice-russia.info).

По данным исследования корпоративных мероприятий, технологии имеют сейчас прикладной характер. Они применяются для решения конкретных задач, а не для «вау-эффекта».

Рисунок 14. Прогноз изменений количества мероприятий в 2024–2025 годах



Источник: ВНИЦ R&C, 2023 г.

## 4.2 Компании EventTech в России

Сфера EventTech в России является одним из наиболее динамично развивающихся направлений, обеспечивая современными технологиями успешное проведение мероприятий разного масштаба и форматов. С ростом интереса к организации и управлению событиями, а также с изменением потребительских ожиданий компании, специализирующиеся на EventTech, играют ключевую роль в обеспечении качественного и инновационного проведения мероприятий.

Команда ВНИЦ R&C при подготовке данного словаря на основании базы Евразийского Ивент Форума (EFEA), а также анализа сайтов сообществ событийной индустрии собрала перечень из порядка 200 компаний, предоставляющих услуги в области EventTech в России и внедряющих современные технологии для достижения успешных результатов в организации и проведении различных мероприятий. Это предприятия, занимающиеся разработкой ПО и мобильных приложений, обеспечением безопасности на мероприятиях, техническим обеспечением событий, в том числе звуковым, световым и видеооборудованием, услугами по регистрации, телекоммуникационным обеспечением. В словаре представлена информация о 10 компаниях, которые приняли участие в подготовке данного издания.





## РК Авангард

### Комплексное обеспечение безопасности на мероприятиях

[www.rk-avangard.ru](http://www.rk-avangard.ru)

Компания ООО «РК Авангард» предоставляет конгрессно-выставочному сообществу России услуги по направлениям комплексной безопасности:

- регистрация и аккредитация различных категорий участников;
- взаимодействие с силовыми структурами;
- защита персональных данных;
- противодействие кибератакам;
- информационное обеспечение на базе российского ПО;
- защищенная связь, Wi-Fi;
- техническое оснащение зон досмотра и контроля доступа;
- обеспечение пожарной безопасности;
- комплексная система эпидемиологического контроля по спектру требований Роспотребнадзора.



# Оператор безопасности выставочной и конгрессной деятельности

Разные форматы мероприятий  
от 100 человек до 100 000 человек



Совместное  
предприятие



[www.rk-avangard.ru](http://www.rk-avangard.ru)



[info@rk-avangard.ru](mailto:info@rk-avangard.ru)



8 (812) 932-12-64

## Комплексная организация безопасности

- ▶ Регистрация различных клиентских групп
- ▶ Информационная и кибербезопасность
- ▶ Аккредитация и обеспечение доступа на площадку
- ▶ Техническая безопасность, предоставление досмотрового оборудования
- ▶ Пожарная безопасность
- ▶ Противоэпидемический контроль

## Дополнительные сервисы

- ▶ Разработка архитектуры деловой программы
- ▶ Цифровые инструменты для участников: голосование, биржа деловых контактов
- ▶ Работа с фотоконтентом



**AV3** - агентство по организации  
онлайн- и офлайн-мероприятий,  
со своими студиями в центре Москвы

Выездные  
трансляции



Ивенты  
в VR



Курсы  
и интервью



Онлайн-  
конференции



<https://av3.studio>

@av3.studio



## AV3 Studio

**Агентство и видеостудия. Организация мероприятий,  
виртуальная реальность, видеосъемка, видеопродакшен**

*[www.av3.studio](http://www.av3.studio)*

AV3 – агентство по организации онлайн- и офлайн-мероприятий любой сложности со своей студией в центре Москвы. Компания предлагает полный спектр услуг от записи онлайн-курсов до организации крупномасштабных событий. Студия оснащена современным оборудованием для виртуальной реальности (VR) и гибридных мероприятий. AV3 – это ваш идеальный выбор для проведения как онлайн-, так и офлайн-мероприятий любой сложности.

# АА5000

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ  
И ИТ-ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ  
ЛЮБОГО УРОВНЯ И МАСШТАБА

**14 ЛЕТ**

УНИКАЛЬНОГО ОПЫТА РАБОТЫ  
НА EVENT-РЫНКЕ

**200+**

МЕРОПРИЯТИЙ С УЧАСТИЕМ  
ПЕРВЫХ ЛИЦ ГОСУДАРСТВ

**3 500+**

УСПЕШНЫХ ПРОЕКТОВ  
РАЗНОГО МАСШТАБА

**30 000 000+**

ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫХ  
УЧАСТНИКОВ МЕРОПРИЯТИЙ

## КЛЮЧЕВЫЕ УСЛУГИ



РЕГИСТРАЦИЯ И АККРЕДИТАЦИЯ  
УЧАСТНИКОВ МЕРОПРИЯТИЙ



ПРОДАЖА БИЛЕТОВ,  
ПРИЕМ ПЛАТЕЖЕЙ



ИЗГОТОВЛЕНИЕ БЕДЖЕЙ  
И БРЕНДИРОВАННЫХ ЛЕНТ



ИТ-ОБЕСПЕЧЕНИЕ  
МЕРОПРИЯТИЙ ПОД КЛЮЧ



КОНТРОЛЬ ДОСТУПА  
И УЧЕТ ПОСЕТИТЕЛЕЙ



ПОСТРОЕНИЕ WI-FI СЕТЕЙ  
ВЫСОКОЙ ПЛОТНОСТИ

**УНИКАЛЬНЫЙ ПРОДУКТ. ИДЕАЛЬНЫЙ СЕРВИС.**



## A5000

### **Профессиональные услуги по регистрации и аккредитации участников на мероприятиях и ИТ-обеспечению под ключ**

*www.a5000.ru*

Компания A5000 – лидер российского ивент рынка в сфере регистрации/аккредитации, контроля доступа участников и ИТ-обеспечения мероприятий. Уникальный опыт за 14 лет работы, более 3500 успешных проектов, в том числе свыше 200 с участием первых лиц государств.

Ключевые услуги:

- регистрация участников онлайн и офлайн;
  - аккредитация участников;
  - изготовление бейджей, лент, браслетов;
  - контроль доступа и учет посетителей;
  - аренда оргтехники и ИТ-обеспечение под ключ;
  - доступ в интернет для участников, в том числе по Wi-Fi;
  - персонал для деловых мероприятий.
- Компания A5000 – уникальный продукт, идеальный сервис.

# СИСТЕМА БРОНИРОВАНИЯ

для организации мероприятий



**Effective Technologies** — компания по разработке программного обеспечения полного цикла

8-800-555-58-59  
info@effective-group.ru  
www.effective-group.ru



## Effective Technologies

### Разработчик программного обеспечения

[www.effective-group.ru](http://www.effective-group.ru)

Effective Technologies – группа компаний по разработке программного обеспечения полного цикла с более чем двадцатилетним опытом. Разрабатывает высоконагруженные системы электронной коммерции, электронные торговые площадки, системы автоматизации закупочных процессов, информационно-аналитические системы.

Обеспечивает полный цикл разработки и сопровождения программного продукта: сбор требований и анализ задачи, дизайн и разработка, интеграция со сторонними продуктами и сервисами, обучение и сопровождение.

Группа компаний создает решения на передовых веб-технологиях, в том числе применяя собственную Low-code-платформу.



Нетворкинг

Управление

Мотивация

Не просто слова



Прокачайте  
мероприятие  
современными  
инструментами

[eventplatform.ru](https://eventplatform.ru)



## EventPlatform

### Платформа для мероприятий любого формата

[www.eventplatform.ru](http://www.eventplatform.ru)

EventPlatform – компания, которая больше 15 лет создает технологические решения для мероприятий и корпоративных коммуникаций.

Компания, которая любит и умеет решать «задачи со звездочкой»:

- приложения и платформы для мероприятий любого формата и сложности,
- системы обучения и мотивации сотрудников,
- интерактивные игры, тимбилдинги и бизнес-симуляции.

Миссия EventPlatform – помогать организаторам управлять мероприятиями, оживлять коммуникации, развивать и вдохновлять сотрудников.





AST  
TELECOM

НАДЕЖНОЕ ПАРТНЕРСТВО



## АСТ Телеком

### Техническое обеспечение мероприятий

[www.ast-telecom.ru](http://www.ast-telecom.ru)

Компания «АСТ Телеком» предлагает своим клиентам полное техническое обеспечение мероприятий любого масштаба – от небольших пресс-конференций до международных съездов с участием видных иностранных делегаций. Работает на рынке с 2003 года и на сегодняшний день имеет представительства в Москве, Санкт-Петербурге, Сочи и Казани, сотрудничает в этих городах с крупными бизнес-центрами, ивент-агентствами, банками, гостиницами и крупными застройщиками.

В комплекс услуг компании входит как аренда оборудования для мероприятий, так и полная их техническая поддержка под ключ. Заказчику предоставляется современная, регулярно обновляемая аппаратура. Компания находит наилучшие решения по ее расстановке и монтажу, что позволяет оптимизировать расходы и сделать рабочее пространство более функциональным.



АТЛАНТ

ЦЕНТР ТЕХНОЛОГИЙ ОФЛАЙН

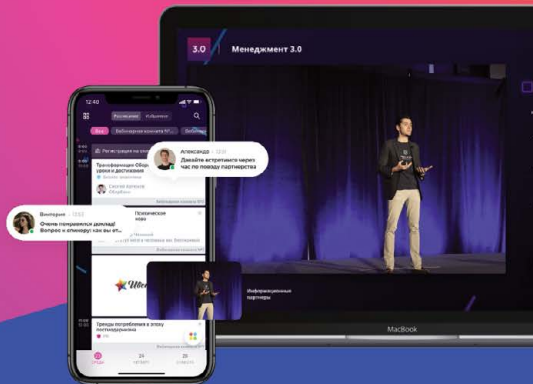


## АТЛАНТ Центр Технологий Офлайн

*[www.Atlantcto.com](http://www.Atlantcto.com)*

Компания «Атлант ЦТО» занимается моделированием офлайн-сетей, способствующих устойчивому развитию территорий. В течение пяти лет команда ее специалистов анализирует динамику интересов участников мероприятий, посвященных темам: ESG, устойчивое развитие, финансы, кибербезопасность, урбанистика, развитие креативных индустрий и совершенствование человеческих ресурсов. Компания предлагает четыре направления эффективного межотраслевого сотрудничества, которые повышают значимость событийной индустрии в ускорении экономического развития регионов и создают среду для проявления выгод человекоцентричных моделей сотрудничества брендов с партнерами и клиентами.

★EVENT  
ROCKS



# Ваша брендированная диджитал-платформа для **вовлекающих** событий

- Брендированные ивент-приложения для форумов, фестивалей, выставок, корпоративных событий
- Площадка для онлайн-трансляций
- Платформа для гибридных мероприятий



eventrocks.ru  
+7 800 555-66-80

new@eventicious.com  
t.me/eventgeek





## Ивентишес

**Разработка специализированных мобильных приложений и интернет-сервисов для организаторов различных мероприятий**

*[www.eventicious.ru](http://www.eventicious.ru)*

Event Rocks – брендированная диджитал-платформа и конструктор приложений для мероприятий. Красивое современное решение для любого формата: офлайн, гибрид, онлайн. Все, что нужно организатору и участнику на единой цифровой площадке. Единое решение для всех задач: информирование, вовлечение, обратная связь, аналитика, нетворкинг, брендирование. Более 60 готовых инструментов для любых задач.

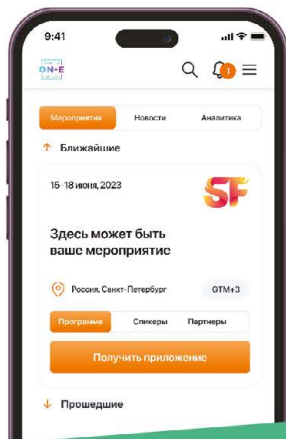
Список услуг: продукт-платформа для мероприятий, брендированное приложение для мероприятий.

# СК-ИНФОРМИКА

С 2015 года участвуем в подготовке и проведении конгрессно-выставочных мероприятий федерального и международного уровней.



Основным направлением деятельности Компании является **разработка ИТ-решений для событийной сферы**. В рамках этого направления была разработана **онлайн-платформа КУБ** для организации и проведения мероприятий.



Также ключевыми видами деятельности для Компании являются:

- организация регистрации и аккредитации под ключ;
- обеспечение временной ИТ-инфраструктуры на мероприятиях;
- организация бизнес-мероприятий.



## СК-ИНФОРМИКА

### Разработка ИТ-решений для событийной сферы

*www.cubesk.com*

Компания «СК-ИНФОРМИКА» с 2015 года участвует в подготовке и проведении конгрессно-выставочных мероприятий федерального и международного уровней.

Основным направлением деятельности компании является разработка ИТ-решений для событийной сферы. В рамках этого направления была разработана онлайн-платформа КУБ для организации и проведения мероприятий.

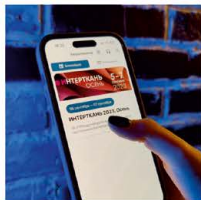
Также ключевыми видами деятельности компании являются:

- организация регистрации и аккредитации под ключ;
- обеспечение временной ИТ-инфраструктуры на мероприятиях;
- организация бизнес-мероприятий.





**EXPODAT - ваш проводник  
в мир современных технологий  
для успешных мероприятий**



- Сервис EXPODAT
- Все виды регистраций
- Мобильные приложения для мероприятий
- Онлайн-платформа Экросот
- Онлайн-каталоги «нового поколения»
- Организация съемок и трансляций
- Система назначения встреч
- Онлайн-аналитика результатов мероприятия



**expodat.ru**



## ЭКСПОДАТ

### **Высокотехнологичные сервисы для участников и организаторов выставочных и конгрессных мероприятий**

*www.expodat.ru*

«ЭКСПОДАТ» – российская ИТ-компания, специализирующаяся на создании и предоставлении высокотехнологичных сервисов для участников и организаторов выставочных и конгрессных мероприятий.

Услуги:

- сервис EXPODAT – уникальный, не имеющий аналогов в мире по количеству и качеству решаемых задач для всех участников мероприятий (организаторы, экспоненты, посетители);
- все виды регистраций: платные и бесплатные, онлайн-, офлайн-, смарт-регистрация (разработка ЭКСПОДАТ);
- регистрация и учет посетителей деловых программ;
- мобильные приложения для мероприятий;
- онлайн-платформа Exrosom для проведения онлайн-мероприятий;
- онлайн-каталоги нового поколения;
- организация съемок и трансляций;
- система назначения встреч (Биржа деловых контактов);
- онлайн-аналитика результатов мероприятия;
- разработка CRM/ERP-систем для участников конгрессно-выставочной отрасли.

Представительства ЭКСПОДАТ:

- Республика Кыргызстан, Бишкек
- Республика Узбекистан, Ташкент

Компания «ЭКСПОДАТ» является зарегистрированным оператором персональных данных реестра Роскомнадзора (рег. номер 77-17-006695).



# **V** **ПРИЛОЖЕНИЯ**



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР  
(ВНИЦ R&C)



# РЫНОК КОРПОРАТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В РОССИИ. ЦИФРЫ И ТРЕНДЫ MICE-СЕКТОРА

[mice-russia.info](http://mice-russia.info)



## Приложение 1. Шаблоны документов от AV3 Studio

Руководитель AV3 Studio Павел Куделин специально для данного словаря предоставил следующие шаблоны документов, необходимых при подготовке онлайн-событий:

- бриф для подготовки к мероприятию;
- инструкция для спикеров онлайн-конференции;
- инструкция «Как готовить презентационные материалы»;
- методичка «Подготовка спикера к онлайн-конференции»;
- шаблон статичной экранной графики.

Документы можно посмотреть по ссылке:



## Приложение 2. Руководство покупателя программного обеспечения для проведения мероприятий

Данное руководство (The Event Software Buyer's Guide) [2] подготовлено компанией Bizzabo и описывает все этапы процесса принятия решения при покупке программного обеспечения для проведения мероприятий, от того, какие факторы следует учитывать, до ключевых характеристик, на которые следует обратить внимание, и конкретных вопросов, которые следует задать, чтобы выбрать поставщика, которому можно будет доверять как настоящему партнеру. Перевод осуществлен Выставочным научно-исследовательским центром (ВНИЦ) R&C.

### Шесть этапов принятия решения при покупке программного обеспечения для проведения мероприятий

96

#### Этап 1. Определите цели мероприятия

Перед тем как приступить к подбору оптимального программного обеспечения для управления мероприятием под ваши потребности, необходимо определить и описать свои цели на бумаге.

Используйте метод SMART, чтобы поставить выполнимые задачи – ставьте конкретные, измеримые, достижимые, значимые и ограниченные по времени цели. Давайте разберем наиболее распространенные цели проведения мероприятий.

#### **Совершенствуйте опыт участия гостей, спикеров, спонсоров и сотрудников**

Вне зависимости от вида организуемого мероприятия – вебинар, крупная очная конференция или сочетающее оба формата гибридное событие – стремитесь сделать участие в нем комфортным, ценным и запоминающимся. Подумайте о создаваемых вами наиболее волнующих моментах до события, во время и после его проведения и о том, как измерить результативность.

### **Приглашайте к участию в мероприятиях лучших гостей**

Если участники не пришли к вам на мероприятие, состоялось ли оно? Ставьте количественные и качественные цели регистрации, чтобы привлечь на мероприятие нужный объем целевой аудитории. Например, «200 зарегистрированных участников до 5 апреля, из которых 20% будут представителями топ-менеджмента компаний из списка Fortune 1000».

### **Обеспечивайте вовлеченность участников**

Когда делегаты полностью вовлечены в программу и взаимодействуют с другими гостями, спикерами и спонсорами, они наверняка надолго запомнят участие в мероприятии. Например, вас может заинтересовать определенный уровень отклика участников, обратная связь после исследований и опросов, публикации в социальных сетях. Вы также можете измерить вовлеченность на отдельных сессиях и путем составления рейтингов спикеров.

### **Поощряйте нетворкинг**

Нетворкинг в реальном времени и налаживание долгосрочных связей определяют суть проведения мероприятий. Ставьте цели помочь участникам налаживать связи, например, по количеству найденных подходящих контактов, отправленных сообщений и быстрых встреч в формате 1:1.

### **Повышайте доходы от спонсоров**

Спонсоры – ценный актив любого мероприятия: они помогают окупать затраты и развивать ключевые партнерства. Вот пример цели: «Повысить доходы от спонсоров на 30% по сравнению с прошлой годней конференцией пользователей» или «Привлечь пять новых спонсоров со средним взносом 10 тысяч долларов до 30 апреля».

Если вы ранее не работали со спонсорами или экспонентами, еще более важно ставить конкретные, привязанные к контрольным точкам цели, чтобы сформировать показатели эффективности для будущих событий.



### **Повышайте ценность для спонсоров**

Лучший способ привлечь ценных спонсоров – приносить реальную пользу, предлагая возможности для повышения узнаваемости брендов и привлечения потенциальных заказчиков (лидов). Попробуйте, например, такие цели: «Создать новое приложение для спонсоров, которое позволяет привлечь 300 контактов» или «Обеспечить 50 лидов для каждого спонсора «золотого» уровня».

### **Улучшайте показатели окупаемости мероприятия (Return on Event, ROE) и привлечения целевой аудитории (Return on Attention, ROE)**

Показатель успешности мероприятия не должен быть размытой величиной. Вы можете оправдать ценность и обосновать бюджет, количественно выражая эффект от ваших мероприятий. Например, цель: «Повысить ROE на 10% по сравнению с роуд-шоу прошлого квартала». Также разработайте план достижения целевого показателя ROE за счет повышения количества участников, ценообразования или дополнительных спонсоров.

### **Повышайте доходы от мероприятий**

Ваша цель должна соответствовать модели получения доходов, независимо от того, на чем она строится – регистрационных взносах, спонсорской помощи или предоставлении контента «по запросу». Ряд примеров SMART-целей: «Получить 100 тысяч долларов спонсорской помощи и 400 тысяч долларов от продажи билетов к 16 июля» или «Суммарно заработать 600 тысяч долларов в течение 90 дней после саммита».

### **Активно развивайте «очередь» продаж**

При планировании отраслевого маркетингового события, направленного на работу с ключевыми клиентами (стратегия ABM, account-based marketing), вебинара по повышению спроса или конференции пользователей, вы можете показать ценность своей команды, ставя цели, которые отражают положительный эффект мероприятия для «очереди» продаж (англ. – sales pipeline). К примеру, вашими целями могут быть увеличение количества потенци-

альных сделок за определенный период или развитие перекрестных продаж / повышение среднего чека (англ. – cross-sell / upsell).

### **Повышайте пожизненную ценность клиентов (Customer Lifetime Value, CLV)**

Некоторые события направлены на вовлечение клиентов и развитие взаимоотношений. Для подобных мероприятий следует ставить цели удержания клиентов, долгосрочного влияния на доход и привлечения ценных заказчиков к участию в мероприятии.

## **Этап 2. Опишите на бумаге потребности своей команды мероприятия**

Следующий этап после постановки SMART-целей, но до детальной проработки конкретных требований к инструментам, предполагает тщательную оценку необходимых вашей команде функций платформы для проведения мероприятий.

Возможно, вам нужен центральный пункт управления всем событием или вы хотите сэкономить время, используя рациональные подходы, а не наращивать рабочий ритм. Превосходный клиентский опыт для вас самое важное? Как вы хотите применять решение? Что поможет вам упростить выполнение целей мероприятия?

Обязательно запишите эти потребности и ожидания и на их основе составьте вопросы, которые вы зададите на демонстрации и в процессе оценки. При оценке поставщиков ПО для проведения мероприятий всегда необходимо полагаться на ключевые потребности и приоритеты.

## **Этап 3. Выявите необходимые функции в сравнении с желаемыми**

Вы определили потребности своей команды и области применения решения. Теперь нужно перейти к деталям и определить, какие средства управления событием и инструменты лучше всего подойдут для выполнения целей мероприятия.

Например, если ваша цель – развивать нетворкинг среди участников, то вам следует обратить внимание на интерактивные платформы с инструментами для опросов, Q&A-сессий или нетворкинга в формате 1:1. Рассмотрим другие примеры инструментов, которые вам могут потребоваться.

### **Выбирайте прежде всего современное решение необходимыми инструментами**

Все технологические решения для ивент отрасли разные. Важно понять, какие инструменты вам нужны, чтобы повысить эффективность вложений с учетом меняющейся стратегии проведения ваших мероприятий.

Следует учитывать множество аспектов – от управления опытом участников и контентом до продюсирования видео, отчетности и анализа данных. Вот несколько наиболее распространенных необходимых инструментов:

- регистрация и оформление билетов;
- управление доступом на площадку проведения;
- печать бейджей по индивидуальным требованиям;
- веб-сайт мероприятия;
- мобильное приложение мероприятия;
- продвижение мероприятия;
- управление взаимодействием со спонсорами/спикерами;
- конструктор программы мероприятий;
- инструменты для нетворкинга;
- управление опытом участников;
- данные в реальном времени и аналитика;
- отчетность после проведения мероприятия;
- интеграции маркетинговых технологий (Martech);
- продюсирование видео.

### **Обеспечьте баланс с желательными, но не обязательными функциями**

Дополнительно к необходимым функциям для успешного проведения мероприятий вас могут заинтересовать другие инструмен-

ты, которые помогут улучшить опыт, но не определяют ваш окончательный выбор.

Полезно составить перечень таких желаемых функций, потому что при сопоставлении двух платформ, которые выполняют ваши базовые требования, вы сможете сделать выбор, исходя из списка желаемых функций. Например, инструменты геймификации, такие как таблицы лидеров («лидерборды»), могут повысить интерактивность, однако мощная система налаживания контактов и простой инструмент назначения встреч «1 на 1» будут более эффективны для достижения целей взаимодействия с участниками и нетворкинга.

## **Этап 4. Разберитесь в ключевых необходимых вам функциях**

Все необходимые вам функции управления мероприятием и платформы проведения распределяют по трем категориям.

1. Управление процессами организации мероприятия. Инструменты и функции, помогающие организаторам планировать мероприятия, управлять площадкой и процессом их проведения.
2. Создание атмосферы мероприятия. Инструменты, которые могут помочь при создании уникальной атмосферы для предложения индивидуального и запоминающегося опыта.
3. Успешность мероприятия. Вспомогательная инфраструктура, анализ данных и поддержка, позволяющие организаторам проводить высокоэффективные мероприятия, достигая значительных показателей ROE/ROA.

Давайте разберем каждую из этих категорий, чтобы понять, какие инструменты вам необходимы и почему они могут помочь в достижении ваших целей.

## 1. Управление процессами организации мероприятия

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
<p>Управление мероприятием</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Управление участниками</li> <li>• Управление спонсорами</li> <li>• Управление спикерами</li> </ul>	<p>Комплексная, гибкая система позволит вам упорядочить организацию мероприятия и аналитику, повысит эффективность, уменьшит сложность управления многочисленными интеграциями и обеспечит успешное проведение при изменении программы мероприятий. Среди ожидаемых функций системы также поддержка проведения очных, виртуальных и гибридных мероприятий.</p> <p>Система самообслуживания расширяет возможности участников и помогает вам предлагать оптимальный опыт до мероприятия, во время и после его проведения. Система также должна быть простой в использовании для поставщиков/партнеров, спонсоров и спикеров, обеспечивая при этом прозрачность и доступность для участников.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Простота использования и интуитивный пользовательский интерфейс (UI)</li> <li>• Комплексная, современная система</li> <li>• Поддержка всех форматов мероприятий</li> <li>• Управление спонсорами</li> <li>• Простое создание и приобретение спонсорских пакетов</li> <li>• Поиск лидов для спонсоров</li> <li>• Центр управления с информационной панелью (дашборд)</li> <li>• Современный дизайн</li> <li>• Гибкость, масштабируемость, настраиваемость</li> <li>• Самообслуживание для участников</li> <li>• Автоматические напоминания по задачам</li> <li>• Кросс-функциональная аналитика</li> </ul>

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
Регистрация и оформление билетов	Максимально увеличивайте объем регистраций (и доходов), упрощая регистрацию на мероприятие в целом и отдельные сессии, и вооружите свою команду инструментами для создания многоуровневой системы регистрации. Так вы облегчите процедуры, которые участники должны проходить для получения доступа, и повысите качество сервиса на этапе до начала мероприятия.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Настраиваемый, многоуровневый процесс оформления билетов</li> <li>• Гибкие, настраиваемые и индивидуальные процессы регистрации</li> <li>• Сбор прогрессивных данных для максимизации коэффициента обращаемости (конверсии)</li> <li>• Возможности для собственных торговых марок</li> <li>• Упорядоченные рабочие процессы</li> <li>• Простота использования</li> <li>• Единообразие брендинга</li> <li>• Сегментирование с ведением «умных» списков</li> <li>• Предупреждения о незавершенных регистрациях</li> <li>• Аналитика регистрации</li> <li>• Регистрация на уровне сессий для разных сегментов (например, платное, бесплатное участие)</li> <li>• Поддержка промокодов и автоматического оформления билетов</li> <li>• Получение показателей эффективности ивент кампаний в реальном времени и показателей регистрации</li> </ul>
Производство контента	<p>Сегодня участники мероприятий ожидают получить картинку события с качеством FullHD (1920*1080 px).</p> <p>Для формата классического делового мероприятия будет достаточной съемка на статичных камерах. Если мероприятие предусматривает элементы шоу, то необходима съемка с живых камер.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Внутренние, высококачественные средства продюсирования</li> <li>• Прямые трансляции и потоковое воспроизведение «по запросу»</li> <li>• Стабильно высокое качество вещания без задержек, независимо от количества участников</li> <li>• Удобное подключение для виртуальных участников</li> <li>• Подключаемые субтитры</li> <li>• Поддержка участия нескольких спикеров на виртуальной сцене</li> <li>• Современный UI-интерфейс</li> <li>• Внутреннее помещение рядом со сценой для подготовки и нетворкинга</li> <li>• Брендинг для собственных торговых марок</li> <li>• Брендирование заднего фона</li> <li>• Секционные заседания</li> <li>• Опросы, викторины, сессии вопросов и ответов</li> <li>• Аналитика управления опытом участников и построение бенчмарков</li> </ul>

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
<p>Маркетинг. Конструктор веб-сайтов. Конструктор программы мероприятия. Электронная почта. Приложение мероприятия. Возможности для собственных торговых марок</p>	<p>Чтобы произвести первое впечатление, дается только один шанс. Веб-сайт вашего мероприятия должен привлечь участников великолепным дизайном, соответствующим вашему бренду и теме мероприятия, способствуя регистрации участников и рекламируя спонсоров и спикеров. Лучшие веб-сайты мероприятий имеют понятную навигацию, что помогает посетителю легко находить программу, информацию о спикерах и спонсорах, публикуемый после мероприятия контент, форму регистрации и многое другое.</p> <p>При этом для инструментов маркетинга не нужно использовать внешние услуги дизайна и ИТ-услуги. Ваша система управления мероприятием должна расширять возможности команды и обеспечивать удобный сервис на всех этапах и для всех каналов взаимодействия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Простота использования</li> <li>• Упорядоченные рабочие процессы</li> <li>• Современный дизайн</li> <li>• Предоставление доступов в зависимости от роли пользователя</li> <li>• Веб-редактор с функцией перетаскивания (drag and drop)</li> <li>• Настраиваемые шаблоны</li> <li>• Универсальные виджеты</li> <li>• Презентация спонсоров</li> <li>• Брендинг для собственных торговых марок</li> <li>• Дизайн с поддержкой пользователей мобильных устройств</li> <li>• Поисковая оптимизация (SEO)</li> <li>• Работа с UTM-метками</li> <li>• Простое копирование событий (ивент клоны)</li> <li>• Настраиваемый конструктор программы мероприятия с поддержкой многочисленных треков</li> <li>• Метки и фильтры для поиска информации в программе мероприятия</li> <li>• Встроенные функции публикаций в соцсетях</li> <li>• Встроенный редактор электронной почты с автоматическими функциями</li> <li>• Статистика доставки электронных писем и их прочтения</li> <li>• Интеграция сторонних имейл-клиентов при необходимости</li> <li>• Продуманный дизайн приложения с фокусом на развитие сообщества и поддержкой пуш-уведомлений</li> <li>• Поддержка приложений для устройств Apple и Android</li> <li>• Персонализация</li> </ul>

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
Управление контентом	Инструменты управления контентом должны упорядочивать процесс планирования мероприятия и экономить время вашей команды.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Простота использования</li> <li>• Интуитивный, современный дизайн</li> <li>• Предоставление доступов в зависимости от роли пользователя</li> <li>• Широкие возможности самообслуживания</li> <li>• Портал для спикеров</li> <li>• Автоматические напоминания по задачам</li> <li>• Управление аннотациями докладов</li> <li>• Универсальные контент-модули</li> <li>• Библиотека для монетизации контента, предоставляемого по запросу</li> </ul>

## 2. Создание атмосферы мероприятия

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
Виртуальная площадка проведения мероприятия	<p>Виртуальное пространство, в котором взаимодействуют и виртуальные, и очные участники вашего мероприятия.</p> <p>Виртуальная площадка должна поощрять взаимодействие участников с контентом, нетворкинг, предоставление ими обратной связи в реальном времени, а также получение преимуществ индивидуального опыта участия.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Визуально привлекательный, современный UI-интерфейс</li> <li>• Легкость навигации для посетителей</li> <li>• Учет потребностей посетителей в дизайне и контенте для повышения вовлеченности</li> <li>• Масштабируемость</li> <li>• Инструменты взаимодействия (опросы, чат, вопросы и ответы, исследования, реакции аудитории)</li> <li>• Уведомления об изменениях в программе</li> </ul>



Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
<p>Инструменты взаимодействия</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Опросы</li> <li>• Чат</li> <li>• Реакции</li> <li>• Возможность делиться публикациями в соцсетях</li> </ul>	<p>Вовлеченность участников позволяет создать оптимистический настрой и атмосферу сообщества, улучшая опыт проведения мероприятий и позволяя надолго сохранить впечатления от участия.</p> <p>Дайте участникам понять, что вы их слышите, путем размещения опросов, исследований, вопросов и ответов и простых инструментов публикации в соцсетях. Также дайте им возможность выражать свои эмоции, используя звуковые сообщения в реальном времени и визуальную обратную связь.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Простота настройки</li> <li>• Легкость использования</li> <li>• Интуитивный, современный UI-интерфейс</li> <li>• Настраиваемые опросы</li> <li>• Чаты и каналы</li> <li>• Вопросы и ответы</li> <li>• Автоматические исследования</li> <li>• Моментальные реакции по аналогии с социальными сетями, компьютерными играми, эмодзи</li> <li>• Моментальные реакции аудитории, которые моделируют личное присутствие участников</li> <li>• Встроенная возможность публикации в соцсетях</li> </ul>
<p>Нетворкинг</p>	<p>Участники мероприятий устали от изоляции и стремятся к общению на мероприятиях любых форматов.</p> <p>Ваша система управления мероприятием должна давать возможности налаживать контакты не только между участниками, но и на уровне спикеров, спонсоров и партнеров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подбор подходящих контактов с помощью искусственного интеллекта (ИИ)</li> <li>• Обмен сообщениями в формате 1:1</li> <li>• Пространства для виртуальных секций</li> <li>• Моментальные встречи участников в формате 1:1</li> <li>• Планирование встреч в формате 1:1 для участников</li> <li>• Автоматическое планирование графика</li> </ul>

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
Решения для площадок проведения	<p>Доступ на площадку мероприятия задает тон очного участия в нем – длинные очереди и задержки распечатки бейджей создают плохое впечатление.</p> <p>Организация бесконтактного, комплексного процесса позволяет обрабатывать данные в единой системе, чтобы допуск на площадку стал для участников почти незаметным.</p> <p>Мобильное приложение обогащает опыт участия для всех и помогает физически присутствующим на площадке участниками устанавливать контакты друг с другом и виртуальными участниками.</p> <p>Более того, вы можете предложить актуальный, запоминающийся опыт участия за счет интеграции «умных» часов: с их помощью можно получать лиды, измерять посещаемость и время нахождения на сессиях, помочь участникам «почувствовать» место проведения и получить тактильную (haptic) обратную связь.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бесконтактный доступ на площадку</li> <li>• Индивидуальная распечатка бейджей</li> <li>• QR-коды</li> <li>• Встроенная аналитика данных</li> <li>• Мобильное приложение для подключения очных и виртуальных участников</li> <li>• Интеграция с «умными» часами</li> <li>• Сканирование бейджей</li> <li>• Поддержка тактильной обратной связи</li> </ul>

### 3. Успешность мероприятия

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
<p>Инфраструктура, безопасность и нормативно-правовое соответствие</p>	<p>Непрерывность и безукоризненная работа мероприятия – неотъемлемые условия. Вам также нужно убедиться, что вы являетесь владельцем всех данных мероприятия, и что они не будут раскрыты. В РФ действует 152-ФЗ, который регламентирует сбор, хранение и обработку персональных данных участников мероприятия.</p> <p>Вероятность регистрации участников на ваше мероприятие будет выше, если они уверены в защищенности своих персональных данных.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вы должны быть владельцем своих данных (будьте осторожны при работе с контролерами данных)</li> <li>• Мощная, защищенная облачная инфраструктура</li> <li>• Масштабируемость</li> <li>• Распределение ролей и доступов пользователей</li> <li>• Журналы контроля данных (логи)</li> <li>• Прозрачность работы и отчетность о состоянии безопасности</li> </ul>
<p>Отчетность и аналитика</p>	<p>Увеличивать посещаемость и доходы намного проще, если вы понимаете сильные стороны своей программы мероприятий и аспекты, требующие улучшения, особенно если есть возможность сравнить вашу статистику с ключевыми игроками отрасли.</p> <p>Также вы можете четко подтвердить свои показатели ROI/ROE – это поможет привлекать спонсоров, и бюджеты ваших мероприятий будут расти или, по крайней мере, не будут сокращаться.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Получение показателей эффективности кампаний по подготовке мероприятий и данных о регистрации в реальном времени</li> <li>• Подробные, простые для понимания отчеты</li> <li>• Кросс-функциональная аналитика</li> <li>• Полезные данные (инсайты) по разным мероприятиям</li> <li>• Настраиваемые отчеты</li> <li>• Детальная сегментация и фильтры данных</li> <li>• Показатели ROI/ROE</li> <li>• Показатели использования мобильного приложения мероприятия</li> <li>• Показатели вовлеченности</li> <li>• Показатели на уровне отдельных сессий</li> <li>• Измерение показателей с сопоставлением по отрасли (бенчмаркинг)</li> <li>• Возможности для применения спецификации Open API и сторонних интеграций</li> </ul>

Инструмент	Почему инструмент важен	Возможные ожидания от инструмента
Сторонние интеграции	<p>Безопасные интеграции в реальном времени помогут вам координировать работу команд, повышать эффективность продаж и маркетинга и использовать аналитику и данные для развития своей организации в целом. Вы также сможете в любой момент применять полученные полезные сведения (инсайты).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Open API</li> <li>• Встроенные интеграции с MAP- и CRM-системами для управления маркетингом и взаимоотношениями с клиентами</li> <li>• Надежность, масштабируемость и безопасность интеграций</li> <li>• Маркетплейс для партнеров и разработчиков</li> </ul>
Поддержка и сообщество	<p>Организация мероприятий – напряженная работа, и вы не должны выполнять ее без вспомогательных инструментов!</p> <p>Ваш поставщик ПО для управления мероприятием должен способствовать успеху, обеспечивая профессиональное обучение при поддержке выделенной клиентской команды. Нужный партнер выручит вас, когда это необходимо, обеспечив непрерывную поддержку силами своих сотрудников, а не безжизненного чат-бота.</p> <p>Ищите технологических партнеров, которые поощряют взаимное обучение, работу с сообществом и обмен знаниями на мероприятиях по профессиональному развитию, используют аналитический центр для работы с часто задаваемыми вопросами (FAQ), запрашивают обратную связь клиентов и просят их делиться креативными идеями.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Профессиональное обучение</li> <li>• Живая поддержка силами консультантов</li> <li>• Поддержка в чате, по телефону или электронной почте</li> <li>• Поддержка в приложении</li> <li>• Выделенная клиентская команда</li> <li>• База знаний для самостоятельного получения помощи и поиска решений аналогичных вопросов</li> <li>• Непрерывное обучение и мероприятия по налаживанию отраслевых контактов</li> </ul>

## Этап 5. Оцените доступные варианты

Вы так долго ждали этого момента. Пришло время назначить демонстрацию, чтобы пообщаться с поставщиками и самостоятельно подробно познакомиться с их предложениями.

Знакомство с отраслевой аналитикой и сравнениями продуктов на сайтах с отзывами, например, G2 и Capterra, поможет определить лидеров рынка и составить краткий список поставщиков. Ресурс Glassdoor также поможет узнать необычные сведения из первых рук о развитии компании-поставщика в целом, видении и состоянии бизнеса.

### Ищите партнера, а не простого поставщика услуг

Сравнение функций может быть полезным, однако, просматривая ресурс G2, обратите особое внимание на отзывы и оценки клиентов, которые помогут узнать больше о реальном опыте работы с компанией. Вам необходимо выбрать партнера по организации мероприятий, который так же, как и вы, заинтересован в успехе вашего мероприятия.

Вот на что нужно обратить внимание:

- ПО соответствует требованиям?
- оно интуитивно, его легко настраивать?
- ПО легко администрировать?
- каковы качество и доступность поддержки?
- легко ли вести бизнес с компанией-поставщиком?
- какие перспективы у продукта и компании?

Обратите внимание не только на сайты с отзывами. Помните: отношение к вам в процессе продажи позволяет оценить характер потенциального сотрудничества с этим поставщиком. Следует учитывать аспекты ниже:

- компания оперативно отвечает на запросы?
- люди, с которым вы работаете, горят своим делом и профессиональны?
- ценят ли они ваше время?
- уделяется ли в компании внимание мелочам, ведет ли она себя добросовестно?
- создается ли у вас общее благоприятное впечатление?

Не забывайте: вы выбираете не просто решение для управления мероприятиями, а ищете настоящего партнера, который будет рядом с вами на пути к успеху и росту.

### **Ключевые вопросы, которые следует задать на демонстрации технологических решений для событийной индустрии**

Перед тем как поставить подпись в договоре, обязательно получите ответы на эти ключевые вопросы во время демонстрации.

#### **1. В чем слабые стороны вашего решения в сравнении с конкурентами?**

Не бойтесь начинать с трудных вопросов. Просьба о сравнении с другим ПО для управления мероприятиями поможет оценить прозрачность процесса продаж, основанного на ценностях компании.

#### **2. Я смогу отслеживать регистрацию на мероприятие и эффективность подготовки в реальном времени?**

Так как регистрация – один из основных показателей успешного продвижения мероприятия, у вас должна быть возможность для оценки эффективности, чтобы корректировать свою стратегию в реальном времени.

#### **3. Вы можете показать мне примеры веб-сайтов, построенных на вашей платформе без привлечения дизайнеров и разработчиков? Я смогу использовать цвета своего бренда, логотип и встраивать картинки и видео без помощи специалиста?**

Возможность создания красивого веб-сайта мероприятия в духе вашего бренда имеет важнейшее значение. Посмотрев примеры созданных на платформе сайтов, вы сможете представить, что у вас получится сделать без дополнительных затрат.

#### **4. Веб-сайт оптимизирован и работает на всех устройствах?**

В IV квартале 2021 г. источником 54,4% мирового трафика веб-сайтов были мобильные устройства. У посетителей, спонсоров и партнеров должна быть возможность загружать и комфортно использовать сайт мероприятия на компьютерах, планшетах и мобильных устройствах, работающих на системах Apple или Android.

#### **5. Какие есть возможности для работы с собственными торговыми марками? Я могу использовать специальный URL-адрес и брендировать ПО, исходя из потребностей для мероприятия?**

## **Какие инструменты платформы мы можем внедрить в свои онлайн-ресурсы?**

На каждом этапе взаимодействия необходимы единообразные, брендированные, соответствующие тематике сервисы и предложения, поэтому вам потребуется возможность добавлять элементы с символикой мероприятия на свой веб-сайт и на другие ресурсы. Вам также будет нужна опция настройки URL-адреса, в котором будет указано название вашего события или компании, а не данные партнера.

## **8. Насколько просто задавать и изменять цены, например, на раннюю регистрацию или билеты для VIP-участников? Сколько способов и типов платежей поддерживает ваша платформа?**

Вы можете сэкономить много времени и избежать неудобств, если заранее разберетесь в том, насколько комплексными или ограниченными возможностями обладает платформа для проведения мероприятий при регистрации и продаже билетов, и позволит ли она выполнить ваш план реализации билетов. Обязательно попросите поставщика подробно рассказать про личный кабинет регистрации участников, чтобы представить весь процесс от начала до конца.

## **7. Сможем ли мы адаптировать процесс регистрации для разных типов регистрирующихся участников? Какие средства управления доступом к контенту вы предлагаете?**

Это необходимо, чтобы предоставить уникальные возможности очным и виртуальным участникам или в других случаях, когда требуется разграничение. Кроме того, важна возможность контроля доступа разных категорий участников к соответствующим типам и уровням регистрации, а также уровня доступа, который будет предоставлен участникам после регистрации.

## **8. Смогу ли я управлять проведением частных мероприятий с помощью вашего ПО?**

Если вы иногда проводите закрытые мероприятия, например, заседания инвесторов или внутренние тренинги, вам потребуется ПО для контроля публикации адреса веб-сайта этого мероприятия и доступа к нему.

## **9. Смогу ли я создавать настраиваемые, брендированные электронные сообщения без внешней помощи?**

Имейл-рассылки являются важной частью продвижения мероприятия, поэтому вам потребуется интуитивный, универсальный кон-

структур электронных сообщений с возможностью использования вашего логотипа и темы мероприятия. Во время демонстрации попросите показать примеры имейл-рассылок, чтобы понять возможности платформы.

### **10. Есть ли ограничения на количество отправляемых писем или контактных имейл-адресов?**

Некоторые системы управления мероприятиями ограничивают возможности продвижения мероприятий. Информация об ограничениях поможет вам избежать непредвиденных расходов или препятствий с увеличением позиций в ваших списках контактов и расширением программы мероприятий. Вам необходимо современное решение, которое будет масштабироваться под вашу стратегию проведения мероприятий.

### **11. Вы предлагаете мобильное приложение мероприятия? За него нужно дополнительно платить? Оно работает на устройствах Apple и Android?**

Приложение мероприятия необходимо в условиях сегодняшней гибридной реальности, когда предпочтение отдается мобильным устройствам. Если ПО для проведения мероприятий включает собственное мобильное приложение, вам будет проще подключать участников, независимо от их местонахождения, и собирать данные для анализа после события.

### **12. Ваша платформа позволяет получать отчеты об использовании приложения мероприятия и работе с сообществом?**

Наличие приложения мероприятия не означает, что участники станут его скачивать. Выбирайте ПО, которое поможет отслеживать динамику использования приложения и источники наибольшего числа скачиваний.

### **13. ПО предполагает интеграцию с соцсетями для быстрой отправки публикаций? Позволяет ли оно упростить нетворкинг в соцсетях?**

Платформа для проведения событий должна давать участникам возможность привлекать внимание к вашему мероприятию, позволяя им делиться приятными впечатлениями с друзьями и коллегами. Она также должна предполагать возможность простого общения между участниками, чтобы расширить возможности для налаживания контактов и создания сообщества.



**14. Доступно ли продвижение спонсоров и экспонентов? Могу ли я отследить взаимодействие участников с этими промоинструментами?**

Для привлечения спонсоров необходимо измерять ценностные показатели. С помощью показателей вовлеченности участников вы покажете спонсорам конкретную ценность, что поможет вам в будущем разрабатывать более выгодные и комплексные спонсорские пакеты.

**15. Как ваша платформа взаимодействует с моими платформами продвижения (martech) и управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)? Нужно ли отдельно платить за интеграцию мероприятий?**

Бесшовная встроенная интеграция позволит вам избежать проблем и усовершенствовать свой набор инструментов событийного маркетинга, а кросс-платформенная аналитика даст более полное представление о том, как ваша программа мероприятий способствует повышению показателя ROE и развитию бизнеса. Не стоит недооценивать пользу включения данных о мероприятиях, например, по посещаемости сессий, в свой пакет технологий, чтобы в будущем предлагать более персонализированные и эффективные решения.

Также важно подробно изучить процесс интеграции, чтобы не возникло неожиданных сложностей. Сможет ли поставщик беспрепятственно получить все нужные вам данные в нужном месте и в требуемые сроки без необходимости ручного вмешательства?

**16. ПО позволяет быстро создавать отчеты? Какие можно получать данные, аналитику и полезные выводы? Мне понадобится эксперт по SQL или аналитик данных, чтобы готовить нужные отчеты?**

У вашей платформы мероприятий должна быть понятная и простая для понимания информационная панель, отражающая КПЭ мероприятия в реальном времени. Вам также потребуются шаблоны отчетов для получения полезных выводов, помогающих вам показать уровень ROE, а всем участникам – получить ощутимую выгоду.

**17. Какой уровень клиентской поддержки вы можете предоставить моей команде и участникам мероприятий? Вы предлагаете поддержку в режиме 24/7 по телефону, через чат или электронную почту?**

Как бы хорошо вы ни спланировали мероприятие, всегда возникают вопросы и технические сложности. Убедитесь в том, что поставщик ПО для организации мероприятий заинтересован в ва-

шем успехе, обеспечивая профессиональную подготовку и работу сотрудников клиентской поддержки на уровне, который соответствует вашим потребностям и без скрытых затрат.

**18. Назовите самое крупное мероприятие, которое проводилось на вашей платформе? В каких масштабах может работать ваше решение?**

Необходимо, чтобы выбираемое ПО и сопутствующая инфраструктура были изначально разработаны для качественного проведения масштабных событий. Это означает способность поддерживать максимальную производительность без задержек при потоковом вещании и т. д., независимо от количества крупных мероприятий, одновременно проводимых на платформе.

**19. Когда был последний сбой в работе платформы? Как долго он продлился?**

Попросите поставщика рассказать об анализе коренных причин и о том, как его команда справилась с ситуацией. Конечно же, вы ищете решение с надежной и стабильной инфраструктурой, рассчитанной на масштабирование без сбоев, однако при возникновении проблем вы должны быть уверены, что поставщик обеспечит четкую коммуникацию с клиентами и быстрое решение проблемы без последствий для проведения мероприятия. Ищите поставщиков, которые поощряют открытость и публикуют статистику уровня обслуживания.

**20. Могу я пообщаться с пользователями вашей платформы из моей отрасли?**

Общение с аналогичными компаниями, использующими данное ПО для проведения мероприятий ваших типов и форматов – отличный способ получить честный отзыв о продукте и больше узнать о нюансах, которые могут быть неясны при покупке.

**21. Нам нужно подписывать договор на несколько лет? Каковы условия отказа, предусмотрены ли штрафы за досрочное расторжение?**

Было бы идеально найти платформу для проведения мероприятий, которая будет соответствовать всем вашим потребностям бесконечно долго, однако в случае, если этого не удастся достичь, вам нужно понимать последствия изменения вашего решения в будущем. Обезопасьте себя от обязательств при заключении многолетних контрактов и списания значительных сумм за автоматическое

продление лицензий, что повышает стоимость решения в будущем.

**22. Если я расторгну договор, мне нужно будет дополнительно платить, чтобы получить данные регистрации и контактную информацию участников с платформы?**

Поставщик должен четко и заблаговременно заявить о том, кто в действительности владеет и управляет данными вашего мероприятия. Политика конфиденциальности данных и соблюдения требований может быть непростой. Среди поставщиков есть как простые обработчики данных, так и контролеры данных – в связи с этим у вас могут возникнуть сложности.

**23. Сколько стоит стандартный пакет? Предусмотрены ли дополнительные платежи за каждую регистрацию или дополнения? Что не включено в базовую стоимость?**

Важно быть в курсе любых дополнительных или переменных платежей, которые могут увеличить ваши расходы в будущем. Если заранее выяснить эти вопросы, можно избежать нежелательных ситуаций, повысить прозрачность и доверие, а также правильно забюджетировать расходы.

## **Этап 6. Берите будущее мероприятий в свои руки**

Индустрия мероприятий изменилась. Раньше мероприятия были волнующими, мимолетными событиями, длившимися несколько часов или дней, где люди встречались, чтобы наладить полезные контакты. Участники учились друг у друга и весело проводили время.

В условиях резкого перехода к цифровым технологиям мы часто забывали о важности личного общения и о том, как добиться вовлеченности участников мероприятий сегодня, например, на очном мероприятии для 50 участников, вебинаре для 500 гостей или гибридной конференции пользователей для 5000 делегатов.

Работа специалистов по организации мероприятий – каждый раз предоставлять возможность участия в событиях с наибольшей отдачей, и нужное программное обеспечение для управления мероприятиями может помочь выполнить эти задачи. Однако найти именно то, что подойдет для вашего мероприятия и его целей, достаточно сложно. Представленное руководство покупателя программного обеспечения для организации мероприятий поможет упростить подбор и приобрести максимально выгодный инструмент.

Приглашаем  
в Telegram-канал



# ВНИЦ. Аналитика

Важные цифры, интересные факты  
и последние тренды для ивент индустрии  
и делового туризма со всего света

@event\_analytics



ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР  
(ВНИЦ R&C)



# БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Skift Meetings Event Technology Made Simple – 2023 EdITion, [электронный ресурс] // URL: <https://meetings.skift.com/reports/event-technology-made-simple-2023-edITion/>
2. The Event Software Buyer’s Guide | Bizzabo, [электронный ресурс] // URL: <https://welcome.bizzabo.com/event-software-buyers-guide>
3. Virtual Event Tech Guide 2022, GLOSSARY, page 76, [электронный ресурс] // URL: <https://meetings.skift.com/reports/virtual-event-tech-report>
4. Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 года, утв. Указом Президента РФ от 10.10.2019 № 490.
5. ГОСТ Р 59277–2020 Системы искусственного интеллекта. Классификация систем искусственного интеллекта (Artificial intelligence systems. Classification of artificial intelligence systems), утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 23 декабря 2020 г. № 1372-ст.
6. В чем разница между VR и AR?, РБК-Тренды, [электронный ресурс] // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/5db179279a79472d7aa9e58a>
7. Дензил Ренкин, Марко Джиберти, Переосмысление жизни. Будущее индустрии выставок, конгрессов, ивентов; издательство «Таро», Санкт-Петербург, 2021.
8. Иммерсивные технологии – будущее реального и виртуального опыта, РБК-Тренды, [электронный ресурс] // URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/62d15e099a794704c379cf3b>
9. Искусственный интеллект: понятие, типы, сферы применения, прогнозы на будущее, [электронный ресурс] // URL: <https://gb.ru/blog/iskusstvennyj-intellekt/?ysclid=lnk1z6vcb916946304>
10. Искусственный интеллект: что это такое, история развития, принципы ИИ, сфера использования, [электронный ресурс] // URL: <https://www.calltouch.ru/blog/glossary/iskusstvennyj-intellekt/?ysclid=lnk4hdct46634648843>
11. Кодекс этики в сфере ИИ, [электронный ресурс] // URL: <https://ethics.a-ai.ru/>
12. Событийная индустрия России, Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ) R&C, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://rnc-consult.ru/research>
13. Стартап-кафе EventTech, Агентство инноваций Москвы, 2022, [электронный ресурс] // URL: <https://innoagency.ru/analytics>

# НКБ ОБЪЕДИНЯЕТ!

**Национальное конгресс-бюро** – институт развития отрасли и регионов в направлении событийной индустрии и делового туризма, интегратор и лоббист интересов компаний отрасли.

## Основные направления деятельности Национального конгресс-бюро:

- ▶ продвижение событийного потенциала российских регионов на внутреннем и внешнем рынках;
- ▶ развитие межрегионального сотрудничества субъектов Российской Федерации в части событийной индустрии и делового туризма;
- ▶ поддержка отраслевых и региональных инициатив, направленных на развитие территорий и реализацию перспективных проектов;
- ▶ представление индустрии и органах власти, формирование законодательных инициатив и мер поддержки отрасли;
- ▶ взаимодействие с российскими и зарубежными научными и промышленными ассоциациями и объединениями.

**За 6 лет работы Национальное конгресс-бюро стало одной из наиболее авторитетных отраслевых ассоциаций, представляющей интересы более 100 компаний из числа ведущих игроков событийной индустрии из 21 субъекта РФ. Присоединяйтесь!**



Национальное  
конгресс-бюро

[RUSSIACB.COM](http://RUSSIACB.COM)  
+7 (495) 777 16 45







ВЫСТАВОЧНЫЙ  
НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ЦЕНТР  
(ВНИЦ R&C)



**ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОБ ИВЕНТ ИНДУСТРИИ**

ИССЛЕДОВАНИЯ | КОНСАЛТИНГ | СОБЫТИЯ | СМИ

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

