

# Интернет-конференции: реальное в виртуальном

*Чуда не свершилось: рекламодатели не хлынули в интернет. По-прежнему в рекламных бюджетах на долю продвижения в Сети приходятся считанные проценты. Однако объективная картина такова, что количество рекламодателей в Рунете постепенно увеличивается, и расходы на интернет-рекламу растут. Львиная ее доля приходится, конечно, на баннеры: либо обычные .gif и .jpg, разнообразные по размеру, либо изготовленные с применениями современных технологий. Так идет борьба за внимание пользователей, которым уже порядком надоело жать на мигающие непрошенные картинки.*

Илья ШАБШИН



Руководитель PR-службы Информационного агентства "Финмаркет"

В последние 1,5-2 года рекламные агентства (РА) транслируют рекламным площадкам – интернет-компаниям два основных запроса от рекламодателей: "Предложите нам что-нибудь оригинальное" и "Организируйте для нас интерактив". Услышав такую заявку, хватаются за голову менеджеры сначала в РА, а потом – в интернет-компаниях...

Практика показывает, что эти два вектора – "оригинальный" и "интерактивный" – пересекаются в точке с названием **интернет-конференция (ИК)** или **онлайн-конференция**. По всей вероятности, они пересекаются и где-то еще, однако ИК – это замечательный способ взаимодействия с аудиторией, который трудно сопоставить с каким-то другим онлайн-инструментом.

Парадокс состоит в том, что, с одной стороны, ИК – уже не новинка. Таким способом уже общались с аудиторией представители десятков коммерческих компаний, известные журналисты, эксперты, политики и даже президент. С другой стороны, отказ от нее снова и снова аргументируется доводами, которые исходят от незнания технологии организации и проведения. Я попытаюсь рассмотреть эти вопросы и снять необоснованные опасения.

Когда известный экономист А.Я.Лившиц приехал к нам на свою первую ИК, прошел в кабинет и сел за компьютер, его охранник спросил меня: "Куда дальше пойдет Лившиц?" Я ответил, что никуда. "Но ведь у него сейчас будет конференция?" – "Да". – "И где она будет?" – "Здесь". – "А куда вы посадите на-

род?", – спросил охранник. И тут я понял, чем вызваны его вопросы. Он ожидал, что раз проводится конференция, то, значит, охраняемая им персона будет находиться в зале, в президиуме с микрофонами и отвечать на вопросы десятков собравшихся журналистов. Для проведения ИК ничего этого не нужно. И даже ехать куда-то не обязательно. Можно давать ИК прямо со своего рабочего места. В любой точке мира. Нужен лишь компьютер и хороший канал выхода в интернет. А все осталь-

ное – это забота того интернет-СМИ, на сайте которого она проводится.

С чего начинается конференция? Как и любая другая работа по продвижению, – с **определения целей и задач**. Обычно это – часть рекламной кампании, поэтому цели, задачи, а также целевая аудитория конференции совпадают с целями, задачами и целевой аудиторией всей кампании.

Актуальный вопрос заключается в том, когда ИК наиболее эффективна и дает максимальную отдачу.

Скриншот 1

Скриншот 2

## Скриншот 3

Вопрос №14 от Дьяченко Игорь АВТОМИР E-mail: [000@mail.ru](mailto:000@mail.ru) [14.04.2004 22:24:55]  
(вопрос адресован: Федулов А.И.)

Хотелось бы подробнее узнать про предоставление льготного кредита молодым семьям. Какие предоставляются льготы? Я планирую взять ипотечный кредит под покупку квартиры на вторичном рынке. Какой должен быть совокупный доход для получения кредита? На кого оформляется собственность на квартиру?  
[\[ответить\]](#) [\[блокировать\]](#) [\[удалить\]](#) [\[комментарии читателей\]](#)

Вопрос №13 от Яковлев Дмитрий Николаевич ООО "МедиаМаркет" E-mail: [dmitryev@list.ru](mailto:dmitryev@list.ru) [14.04.2004 17:27:27]  
(вопрос адресован: всем участникам)

Здравствуйте! У нас есть квартира в собственности. Хотелось бы увеличить площадь квартиры в связи с рождением ребенка. Как это сделать с помощью ипотеки? Накопленных средств на обмен с доплатой не хватает.  
[\[ответить\]](#) [\[блокировать\]](#) [\[удалить\]](#) [\[комментарии читателей\]](#)

Вопрос №12 от Аркадий Иванович [14.04.2004 14:57:37]  
(вопрос адресован: всем участникам)

А если после въезда в квартиру, приобретенную по ипотеке, я захочу переехать в другую квартиру и тоже оформить ипотеку? Это возможно?  
[\[ответить\]](#) [\[блокировать\]](#) [\[удалить\]](#) [\[комментарии читателей\]](#)

## Скриншот 4

**12** Аркадий Иванович [14.04.2004 14:57] [\[комментарии \(0\)\]](#)  
А если после въезда в квартиру, приобретенную по ипотеке, я захочу переехать в другую квартиру и тоже оформить ипотеку? Это возможно?  
**Кулагина С.А. :**  
Возможно. При условии, что Ваши доходы позволяют обслуживать несколько ипотечных кредитов.

**11** Анастасия [14.04.2004 14:55] [\[комментарии \(0\)\]](#)  
Добрый день! Если у меня есть карта Виза (дебетовая) порядка 5 лет, это означает, что у меня есть кредитная история или нет? Кредиты никогда не брала.  
**Мельник М.Ю. :**  
Анастасия! Добрый день! Наличие пластиковой дебетовой карты – существенный положительный момент, подтверждающий Вашу платежеспособность, но это не Ваша кредитная история. Кредитная история появляется у Клиента только в случае, если он берет кредит и погашает свой долг. Насколько аккуратно и в какой срок Клиент гасит свой долг – это и есть его кредитная история.

**10** Миронова Марина частное лицо [14.04.2004 14:20] [\[комментарии \(0\)\]](#)  
Я планирую взять ипотечный кредит под покупку квартиры на вторичном рынке. при этом у меня есть вариант, при котором нынешний владелец готов продать ее мне по цене, ниже рыночной примерно на 30%. Как в этом случае банк будет оценивать квартиру, и вообще могу ли я при таких обстоятельствах рассчитывать на ипотеку. Заранее спасибо.  
**Федулов А.И. :**  
Уважаемая Марина! При определении размера ипотечного кредита банк руководствуется следующими принципами. Сумма кредита не может превышать 70% от минимальной суммы, сравнивая цену продавца и рыночную стоимость квартиры, определенную независимым оценщиком, избранным банком. Соответственно Вы можете рассчитывать на ипотечный кредит в объеме 70% от цены продавца при условии, что Ваш доход позволит обслуживать (осуществлять ежемесячные платежи) такой кредит.

## Скриншот 5

**Фонды прямых инвестиций в России**  
Знаете ли Вы что такое фонды прямых инвестиций?  
Является ли Россия привлекательной для иностранных инвесторов?  
Способствуют ли фонды открытых инвестиций развитию бизнеса в России?  
Сформировался ли уже в России рынок прямых инвестиций?  
Какие компании заслуживают наибольшее доверие на российском рынке прямых инвестиций?  
Если Вас интересуют эти вопросы, то ответы на них Вы сможете получить **во вторник 25 ноября в 15:00** в онлайн пресс-конференции. Ситуацию на российском рынке инвестиций проанализирует **Андрей Костяшкин**, Партнер и Руководитель Отдела исследований компании **Barings Vostok Capital Partners**, кандидат экономических наук.  
[\[подробности\]](#) [\[материалы конференции\]](#)

**Обязательное страхование автогражданской ответственности: первые шаги, первые ошибки**  
С 1 июля 2003 года вступил в действие Закон "Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств". В соответствии с ним, владельцы транспортных средств обязаны приобрести полис страхования автогражданской ответственности. Причем в период с 1 июля по 31 декабря 2003 г страховой полис потребуется для прохождения техосмотра, а также для регистрации автомобиля. С 1 января 2004 г в случае отсутствия полиса на водителя будет налагаться штраф.  
Лицензии на проведение обязательного страхования автогражданской ответственности получило более 110 страховых компаний. Началась активная продажа полисов, зарегистрированы первые страховые случаи.  
Однако первые же дни действия закона показали, что, к сожалению, многие вопросы потенциальных страхователей так и остались без ответа: как выбрать компанию-страховщика, не пострадают ли интересы уже застрахованного в компании клиента при переходе на ОСАГО, наконец, что считается страховым случаем при ОСАГО. На эти и другие вопросы отвечают в ходе интернет-конференции специалисты Стандарта ЗАО "Стандарт-Резерв", **которая состоялась 17 июля с.г. с 12:00 до 14:00.**  
[\[подробности\]](#) [\[материалы конференции\]](#)

**Сопровождаемый трейдинг - технология Вашего успеха на западных финансовых рынках**  
Сопровождаемый трейдинг - это услуга, которой целиком и полностью посвящен наш сайт [www.tradingonline.ru](http://www.tradingonline.ru) - продукт компании Интериндекс.  
Настоящая конференция посвящена рассмотрению всех вопросов относительно этой услуги, а также смежных тем:  
- выбор брокера, сравнительная характеристика клиринговых домов США и Европы;  
- процедура открытия счета;  
- механизмы защиты прав инвесторов;  
- разнообразие технологий работы и торговых платформ;  
- структура и принципы функционирования рынков, к которым вы даем доступ, их сравнительные недостатки и преимущества;  
- преимущества и недостатки зарубежных рынков по сравнению с российскими;  
- преимущества фьючерсного рынка перед рынком Forex;  
- доверительное управление капиталом на западных рынках;  
- взаимодействие инвестора и трейдера в режиме торгового сопровождения;  
- взаимодействие инвестора и доверительного управляющего;

Суть ИК – это ответы на вопросы, поэтому **проводить ее имеет смысл в тех случаях, если аудиторию нужно что-то объяснить**, например: в чем преимущества вашего предложения по сравнению с аналогичными предложениями конкурентов; каким образом ваши услуги помогут клиенту решить его проблемы, какие особенности делают ваше предложение наиболее привлекательным на рынке?

Компания, предлагающая услуги интернет-трейдинга, туристическая фирма, банк, дающий ипотечные кредиты, страховая компания, занимающаяся “автогражданкой” – каждой из этих структур необходимо разъяснить своим потенциальным клиентам, в чем особенности, преимущества, положительные стороны именно их предложений и услуг. И вот тут-то ИК – подходящий, удобный и эффективный инструмент.

Итак, предположим, что вы решили проводить ИК и выбрали площадку (высокопосещаемый интернет-ресурс с соответствующей аудиторией) для ее проведения. Что дальше?

На выбранном сайте заранее выстраивается отдельная страница. На ней размещается, как правило, следующая информация: название ИК, фамилии, имена, отчества и должности специалистов, которые будут отвечать на вопросы, краткая информация о теме (2-3 абзаца). На этой же странице могут быть гиперссылки, ведущие на разделы вашего сайта с более подробной информацией о предложениях или услугах (скриншот 1).

За несколько дней до даты проведения начинается анонсирование и предварительный сбор вопросов. Например, наша компания размещает анонсы в виде текстовых объявлений и баннеров на сайте агентства – на главной странице и в основных разделах, а также на некоторых других сайтах с близкой аудиторией. Также мы рассылаем анонс по электронной почте. В итоге, как правило, 10-15 вопросов задают еще до начала ИК.

И здесь мы подходим к одному важному моменту. Когда слышишь от представителя компании отказ от проведения ИК с участием его начальства (обычно – первого лица компании) и спрашиваешь “Почему?”, ответ почти всегда один: “Ма-

ло ли что спросят... Вдруг, зададут какой-нибудь нехороший вопрос?”. Подчиненные боятся “подставить” свое руководство, и это вполне понятно. Но тут выходит на первый план одна простая, но интересная и важная особенность ИК. **Она может быть премеродируемой**, т.е. сначала заданные вопросы видит только администратор, и он решает, выставлять ли их на страницу ИК или нет (скриншот 2).

Это помогает избежать “мусора”, абракадабры, нелепостей и грубости. “Неудобный” вопрос, на который отвечать не хочется, конечно, может быть задан. Например, вашим конкурентом. Что происходит в этом случае? Если клиент просит не показывать данный вопрос, мы его не покажем. Тут пожелание клиента играет решающую роль. Но я всегда рекомендую подумать и все же ответить на трудный вопрос. Ведь ИК проходит в комфортных условиях, никто не стоит перед вами с камерой или диктофоном, никто не торопит, вы можете спокойно подумать, посоветоваться с коллегами, свериться с документацией. Есть все условия, чтобы использовать ситуацию с пользой для себя и дать аргументированный достойный ответ.

Хотя вышесказанное относилось к вопросам, заданным до начала ИК, все остается в силе и по отношению к вопросам, которые задаются непосредственно в ее ходе.

Наконец наступает назначенный день. На сайте появляются анонсы, начинающиеся со слов: “Сегодня проводится интернет-конференция...” Каждый отвечающий на вопросы

получает ссылку на специальную страницу администрирования (скриншот 3).

На этой странице видно, какие вопросы заданы к данному моменту и кому. Остается выбрать, на какой вопрос отвечать, нажать на слово “ответить”, расположенное прямо под текстом вопроса, и ввести ответ в “окно”, которое появляется в правой части страницы.

Как видно на скриншоте 3, вопрос может быть задан кому-то конкретно или всем участникам. Как быть в таком случае? Предположим, что участвуют три представителя компании. Отвечать на вопрос каждому? Или кому-то одному? Обычно ответ дает специалист, чья профессиональная область ближе всего к тематике вопроса. Иногда несколько участников отвечают на один вопрос – каждый с высоты (точки зрения) своей должности. Главное – согласованность действий. Для большего удобства при решении подобных вопросов мы сделали внутренний чат, который размещен на той же административной странице.

На скриншоте 4 показано то, что видят все, кто заходит на страницу интернет-конференции. Кстати, видят ее многие. По нашей статистике, в среднем на страницу ИК за время ее проведения (обычно 2 ч) заходит примерно 700 чел. И еще столько же – после окончания, ведь материалы никуда не пропадают, а сохраняются в архиве (скриншот 5).

Некоторые вопросы требуют развернутых детальных ответов. Однако писать длинные тексты в рамках ИК не очень удобно. В этих случаях мы рекомендуем сообщать координа-

ты (телефоны, адрес электронной почты) специалистов, которые смогут компетентно и подробно ответить тому, кто к ним обратится. Иногда в подобных случаях бывает удобно просто привести в тексте ответа гиперссылку на интернет-страницу с подробной информацией на интересующую тему.

В заключение хочется обратить внимание на тему и название ИК. Они имеют большое значение. Как это ни грустно осознавать, но тот факт, что вашей компании исполнилось 10 (20, 30...) лет, интересует только акционеров, сотрудников компании и некоторых партнеров. Это не значит, что проведение ИК, приуроченной к юбилею, противопоказано. Просто в качестве основной темы лучше выбрать более интересный для аудитории вопрос, например о новых продуктах или услугах, маркетинговых программах и т.д. А уже в ходе ИК можно в подходящий момент сказать о юбилее.

И последнее. 90% успеха ИК зависит от того, где (на каком сайте) она проводится. Делая выбор, обращайтесь внимание на соответствие посетителей сайта вашей целевой аудитории, посещаемость сайта, его репутацию и опыт в организации подобных мероприятий. Система проведения ИК со всеми сервисами требует достаточно сложных разработок, а также согласованной работы специалистов разных подразделений. Поэтому гораздо спокойнее поручить такое сложное и ответственное мероприятие компании, которая уже много раз успешно их проводила. К счастью, выбор есть.