

Как правильно продвигаться в сообществах в кризис



Ольга Орденова
руководитель бизнес-клуба
Кибердома

Ольга Орденова

Рассказываю о сообществе, кейсах
и партнёрских интеграциях в своём
канале



С 2024 года бизнес-клуб реализовал 30+ партнёрских интеграций



Выбор сообщества для продвижения

1

Релевантная аудитория

Всегда стоит смотреть шире на возможности каждого клуба

2

Выбор подходящего формата

Нетворкинг или экспертный, онлайн или офлайн

3

Какой результат вы ждёте

Медиаохваты, точечные ЛПР, экспертное позиционирование, лидогенерация, имидж

4

Бюджет

Чёткое понимание, что входит в стоимость, а что идёт допом

5

Юридические аспекты

Соблюдение правил ПДН и закона о рекламе, сроки оформления

Что плохо работает в сообществах

☆ Прямое продвижение продукта

☆ Активные продажи
во время мероприятия

☆ Анонсы ивента с названием
продукта или бренда

☆ Тест-драйв продукта
на нетворкинг-ивентах

Что хорошо
работает сейчас



**Креативные нетворкинг-форматы
для максимально тёплого контакта
с аудиторией и лидгена**

Слёт бизнес-клуба 2026





**Сильная экспертная составляющая,
яркие кейсы и спикеры.
От партнёра – модератор**

ML-форум с Nubes 2026





Уникальный кейс, который вы готовы раскрыть впервые или поделиться новыми деталями с комьюнити — формирование доверия

Киберланч с ВСК об инциденте 2025



**Давайте
креативить
вместе!**



Telegram.me/
Olga_CarpeDiem

Спасибо
за внимание!



Ольга Орденова
руководитель бизнес-клуба
Кибердома

