

PROFESJONALNE NAGRANIE CAŁEGO WYSTĄPIENIA Z MOŻLIWOŚCIĄ WYKORZYSTANIA DO WŁASNYCH CELÓW

- Nagranie obejmuje całość wystąpienia
- Nagranie zawiera co najmniej dwa ujęcia
- Nagranie dostarczone jest w postaci RAW (zmontowane, ale bez napisów, logo, czołówek, slajdów)
- Nagranie dostarczone jest w terminie do 2 tygodni po dacie wystąpienia
- Nagranie dostarczone jest w postaci prywatnego linku do pobrania pliku z dowolnego serwisu, bez konieczności logowania; link powinien być aktywny przez co najmniej 2 tygodnie
- Jakość video: 720p lub więcej
- Jakość audio: jakość dźwięku powinna umożliwiać profesjonalną transkrypcję; nagranie powinno być dokonane z sumy mikrofonów lub z dodatkowego mikrofonu, wpiętego radiowo w kamerę
- Jakość ujęć i światła: jak na załączonych kadrach
- Dopuszczalne plany: ogólny, pełny, amerykański, średni
- Przebitki widowni/setki: maksymalnie 60 sekund na każde 10 minut nagrania

WARTOŚĆ: 800 PLN NETTO

Komentarz: tyle kosztowało mnie w 2019 roku nagranie wystąpienia, zmontowanie i otrzymanie w powyższej specyfikacji



STOISKO NA KONFERENCJI + DARMOWA WEJŚCIÓWKA DLA OBSŁUGI STOISKA

- Stoisko zawiera stół o wymiarach 180cm x 74 cm, dwa krzesła, gniazdo z prądem, przedłużacz 2m z 4 gniazdkami
- Stoisko umożliwia postawienie za nim ścianki o rozmiarach 200cm szerokości, 30cm grubości, 200cm wysokości
- Stoisko postawione jest w lokalizacji, która gwarantuje odwiedzanie go przez uczestników konferencji; lokalizacja zostanie zaproponowana i zaakceptowana co najmniej na 3 dni przed wydarzeniem
- W ramach stoiska prelegent rozstawi dwa rollupy, 80-100 cm szerokości, maksymalnie 200cm wysokości, w okolicach sceny i przejść; lokalizacja zostanie uzgodniona w dniu wydarzenia
- W ramach stoiska prelegent ma prawo do
 - Zbierania danych osobowych uczestników konferencji
 - Rozdawania materiałów, dotyczących prowadzonej przez niego działalności
 - Prowadzenia rozmów konsultacyjnych i sprzedażowych
 - Oferowania produktów i usług oraz prowadzenia sprzedaży tychże

WARTOŚĆ: 300 PLN NETTO

Komentarz: cena wykupienia stoiska jest pewnie wyższa, wartość stoiska zależy od potencjalnej wartości leadów; wejściówki dla obsługi niewiele dają, bo obsługa i tak nie chodzi na prelekcje, tylko pracuje. Potencjalna wartość wejściówek dla obsługi byłaby wyższa, gdyby byli zainteresowani prelekcjami – ale wtedy siedzą na sali, zamiast rozmawiać z klientami.



MOŻLIWOŚĆ DODANIA ULOTEK DO STARTERPACKÓW DLA UCZESTNIKÓW

- Ulotki zostaną dostarczone do organizatora na podany adres najpóźniej na 3 dni przed wydarzeniem
- Za umieszczenie ulotek w 100% starterpacków odpowiedzialny jest organizator
- Rozmiar ulotek: maksymalnie A4

WARTOŚĆ: 100 PLN NETTO

Komentarz: zwrot z ulotek w starterpackach jest niski, jeśli w ogóle. Służy raczej budowaniu brandu – albo, jeśli jest powiązany z prelekcją, wywoływaniu aktywności na widowni.

UMIESTCZENIE NA STRONIE WYDARZENIA I WE WSZYSTKICH MATERIAŁACH PROMOCYJNYCH (MAILINGI, BANERY, MATERIAŁY DRUKOWANE DLA UCZESTNIKÓW ETC.) LOGO DZIAŁALNOŚCI ORAZ WIZERUNKU PRELEGENTA.

- Dyskutowalne: logo nie wnosi dużej wartości, wizerunek prelegenta i tak powinien być umieszczony w materiałach promocyjnych – po to jest
- Powyższe informacje zostaną umieszczone
 - Na materiałach drukowanych; kopię materiałów otrzyma prelegent
 - Na materiałach promocyjnych typu banery, rollupy; zdjęcia materiałów otrzyma prelegent mailem, najpóźniej 2 tygodnie po wydarzeniu
 - Na stronie zakupowej wydarzenia, na stronie wydarzenia na FB: link do tych stron otrzyma prelegent mailem, najpóźniej 2 tygodnie przed wydarzeniem

WARTOŚĆ: 50 PLN NETTO

Komentarz: materiały informacyjne tego typu zwiększają sprzedaż biletów, przyciągając klientów, którzy już znają prelegenta; wartość dla prelegenta mocno zależy od sposobu wykorzystania tych informacji w dalszej komunikacji

NOTKA NA TEMAT DZIAŁALNOŚCI PRELEGENTA W MATERIAŁACH KONFERENCYJNYCH WRAZ Z KONTAKTEM

- Dyskutowalne: tego typu informacje nie są nośne, ponadto BIO prelegenta częściowo zawiera te informacje
- Notka na temat działalności zostanie dostarczona przez prelegenta na co najmniej 2 tygodnie przed wydarzeniem
- Wymagania dotyczące notki (ilość słów/znaków) zostaną przekazane prelegentowi z 3-dniowym wyprzedzeniem

WARTOŚĆ: 50 PLN NETTO

Komentarz: zwrot z notki wraz z adresem w materiałach jest znikomy lub pomijalny; większość potencjalnych klientów zapamiętuje imię/nazwisko prelegenta i na tej podstawie szuka kontaktów w internecie, nie w materiałach konferencyjnych

MOŻLIWOŚĆ ZAPREZENTOWANIA SIEBIE JAKO EKSPERTA WŚRÓD SZCZEGÓLNEJ GRUPY OSÓB Z DUŻYCH MIĘDZYNARODOWYCH KORPORACJI (BANKI, FIRMY IT I INNE)

- Dyskutowalne: w zależności od konferencji
- Organizator umożliwi prelegentowi kontakt z widownią; w szczególności, przedstawi listę organizacji, które są reprezentowane na widowni
- Prowadzący konferencję, konferansjer, po skończonej prelekcji podkreśli, że prelegent jest do dyspozycji widowni i oczekuje pytań i rozmów przy swoim stoisku lub na kawie

WARTOŚĆ: 250 PLN NETTO

Komentarz: wartość tego punktu mocno zależy od marki konferencji oraz świadomości widowni; sama prezentacja i prelekcja budują pozycję, rola organizatora od momentu wejścia na scenę jest właściwie znikoma

TYTUŁ GOŚCIA SPECJALNEGO KONFERENCJI

- Prelegent otrzyma tytuł gościa specjalnego konferencji jako jedyny prelegent
- Na wszystkich materiałach, we wzmiankach, agendach, przy nazwisku prelegenta będzie widać wyróżniający się graficznie napis „gość specjalny”

WARTOŚĆ: 250 PLN NETTO

Komentarz: tego typu wyróżnienie dobrze buduje markę mówcy

PRYZYCNANIE TYTUŁU PARTNERA WYDARZENIA (DO USTALENIA BRZMIENIE TEGO TYTUŁU)

- Firma prelegenta otrzyma tytuł partnera wydarzenia, jako jedna z wielu firm
- Na wszystkich materiałach, we wzmiankach, agendach, przy nazwie firmy prelegenta będzie widać wyróżniający się graficznie napis „partner wydarzenia”
- Napis będzie uzgodniony najpóźniej 2 tygodnie przed wydarzeniem, w zależności od typu partnerstwa
 - Partner merytoryczny
 - Partner medialny
 - Partner techniczny
 - Patron medialny
 - Partner wydarzenia

WARTOŚĆ: 1000+ PLN NETTO

Komentarz: sam tytuł buduje markę, dodatkowe świadczenia obustronne są do ustalenia na poziomie firmy, a nie prelegenta

PRZYGOTOWANIE GRAFIK PROMOCYJNYCH Z WIZERUNKIEM PRELEGENTA DO DOWOLNEGO WYKORZYSTANIA.

- Prelegent otrzyma zestaw grafik w określonych formatach, przedstawiających go jako prelegenta wydarzenia
- Grafiki nie będą zawierały treści sprzedażowych
- Grafiki zostaną dostarczone w najpopularniejszych formatach
 - Post FB
 - Post instagram
 - Post twitter
 - Post LinkedIn
 - Tło na FB
- Grafiki zostaną dostarczone najpóźniej na 1 tydzień przed rozpoczęciem wydarzenia
- Prelegent ma prawo do dowolnego, nieograniczonego terminem wykorzystania grafik

WARTOŚĆ: 200 PLN NETTO

Komentarz: grafiki powiązane z danym wydarzeniem budują obie marki, prelegenta i wydarzenia; po wydarzeniu mają wartość wspomnieniową

POST NA FANPAGE'ACH: FACEBOOK (10 TYS) I LINKEDIN (2,5 TYS) ODNOSZĄCY SIĘ DO UDZIAŁU PRELEGENTA W WYDARZENIU

- Post (w każdym z ustalonych miejsc) zostanie opublikowany najwcześniej na 30 dni, najpóźniej na tydzień przed wydarzeniem
- Treść posta zostanie przedstawiona prelegentowi mailowo do akceptacji; prelegent zaakceptuje lub naniesie zmiany w ciągu 48 godzin
- Po opublikowaniu posta link do posta zostanie bezzwłocznie przesłany prelegentowi

WARTOŚĆ: 200 PLN NETTO

Komentarz: wartość posta jest zbliżona do wartości Facebook Ads

BEZPŁATNA WEJŚCIÓWKA NA CAŁE WYDARZENIE, W KTÓRYM PRELEGENT BIERZE UDZIAŁ

- Prelegent otrzyma wejściówkę dla jednej osoby, najpóźniej na 2 tygodnie przed wydarzeniem
- Prelegent poinformuje organizatora, kto otrzymał tę wejściówkę, przekazując niezbędne dane osobowe, umożliwiające realizację wejściówki, najpóźniej na 24 godziny przed zamknięciem sprzedaży biletów na wydarzenie, za pomocą maila

WARTOŚĆ: ? PLN NETTO

Komentarz: wartość jest równa cenie biletu

