

Итоговый международный Псифест года  
«Достижения и перспективы российской  
психотерапии»  
осень 2019, Москва



Исполнительный директор  
Псифеста в Москве Финько  
Василий.



# Псифест 2018 в цифрах

- **6** дней продолжительность Псифеста (**13 – 18.11.2018**);
- **5** VIP-мероприятий Псифеста;
- **45** мастер-классов и тренингов заявлены в рамках Псифеста;
- **62** мастер-классов и тренинга в программе Псифеста и Конгресса;
- **100%** тренеров оплатили орг. взносы;
- **350+** участников мероприятий Псифеста (по фото);



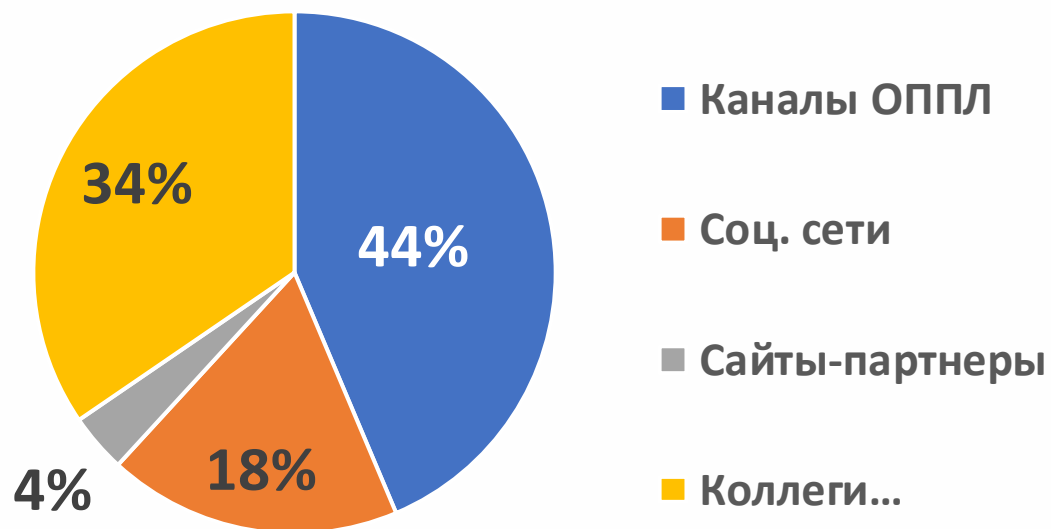


# Псифест 2018 во времени

- Старт подготовки Псифеста и регулярных совещаний (более 10-ти) рабочей группы с февраля 2018;
- Сайт PSYFEST.RU запущен в июне 2018;
- С августа начал работу платежный модуль и стартовала продажа билетов на Псифест;
- Рекламная кампания началась: с марта – рассылки ОППЛ, с августа – в соц. сетях +;
- С сентября еженедельная рассылка по базе ОППЛ + запуск партнерской программы;
- В октябре – реклама на партнерских сайтах: Samoroznanie.ru и Psynavigator.ru;
- В начале ноября – скидочная акция «Горячая декада ноября»;
- **13-18 ноября 2018 случилось событие – ИТОГОВЫЙ ПСИФЕСТ ОППЛ!**

# Рекламные инструменты

## Каналы привлечения на Псифест (по данным анкетирования участников)



## Выводы по аудитории участников Псифеста:

- Аудитория сайта и рассылки ОППЛ основной инструмент привлечения;
- «Сарафанное радио» - второй по значимости инструмент;
- Продвижение в соц. сетях и на сайтах партнеров привлекло только 22% участников;
- Т.о. основная ЦА – это профессиональное сообщество ОППЛ;
- Предлагаю формировать базу контактов и сообщество Псифеста;



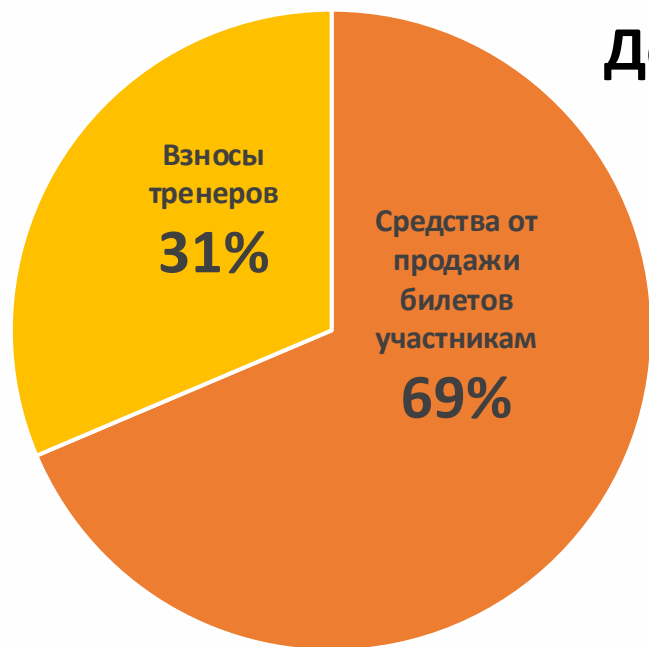
# Участники Псифеста 2018

- В мероприятиях Псифеста участвовало 350+ человек (расчет по фото с мероприятий);
- В 5-ти VIP-МК приняли участие 114 чел.;
- Состав участников (по 55 анкетам):
  - 10 - не являются пси-специалистами;
  - 3 - студенты;
  - **только 17 из опрошенных - члены ОППЛ, 5 – СРО;**
- Большинство участников выбрали один МК и участвовали в нем от начала и до конца;

## Выводы по аудитории участников Псифеста:

- 76% участников – профессионалы (это основная ЦА Псифеста???)
- Только 31% - члены ОППЛ (к вопросу о рассылке по базе ОППЛ);
- Более половины участников МК Псифеста – это участники Конгресса ОППЛ;
- VIP-МК пользовались большой популярностью у участников;
- **Предлагаю разделить доступ по билетам на Псифест и Конгресс;**
- **Можно организовать предварительную запись на определенные МК для оптимизации расходов на аренду;**

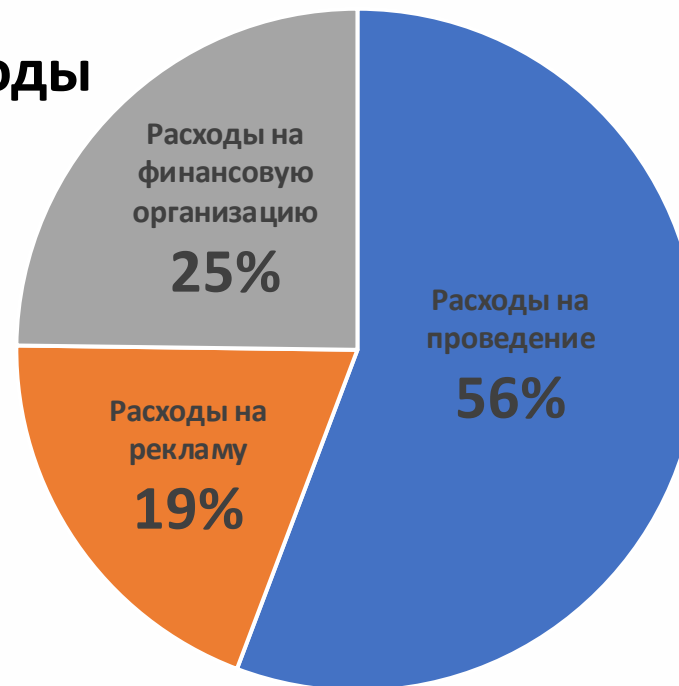
# Финансовые результаты



Доходы



Расходы



## Выводы по финансовой концепции:

- Основная статья доходов – средства от продажи билетов участникам;
- Важно развивать этот блок доходов;
- Необходимо оптимизировать расходы финансовую организацию: ведение счетов, платёжный модуль, онлайн-кассу и т.п.;



Приглашаем  
представителей всех  
модальностей Российской  
психотерапии участвовать в  
Итоговом Псифесте 2019



# Рекомендации по продуктовой концепции Псифестов ОППЛ

## Интересующиеся

- Саморазвитие и осознание
- Встреча со своим психотерапевтом

## Обучающиеся

- Участие в МК
- Формирование персонального портфолио и профиля

## Профессионалы практики

- Участие в МК
- Обмен опытом, расширение круга общения
- Расширение клиентской базы

## Эксперты

- Участие в Конгрессе
- Тренеры МК Псифеста



# Особенности Псифеста 2019

Проводится параллельно с Итоговым Конгрессом 2019

Создание сообщества участников Псифестов ОППЛ (Москва и регионы)

Привлечение широкой непрофессиональной аудитории участников

Рекламная и партнерская кампания с января 2019 года

Видеосъемка всех МК с предоставлением всем участникам

Рекомендации по персональным траекториям участия в Псифесте

Реализация новых форматов событий Псифеста, повышение общего уровня

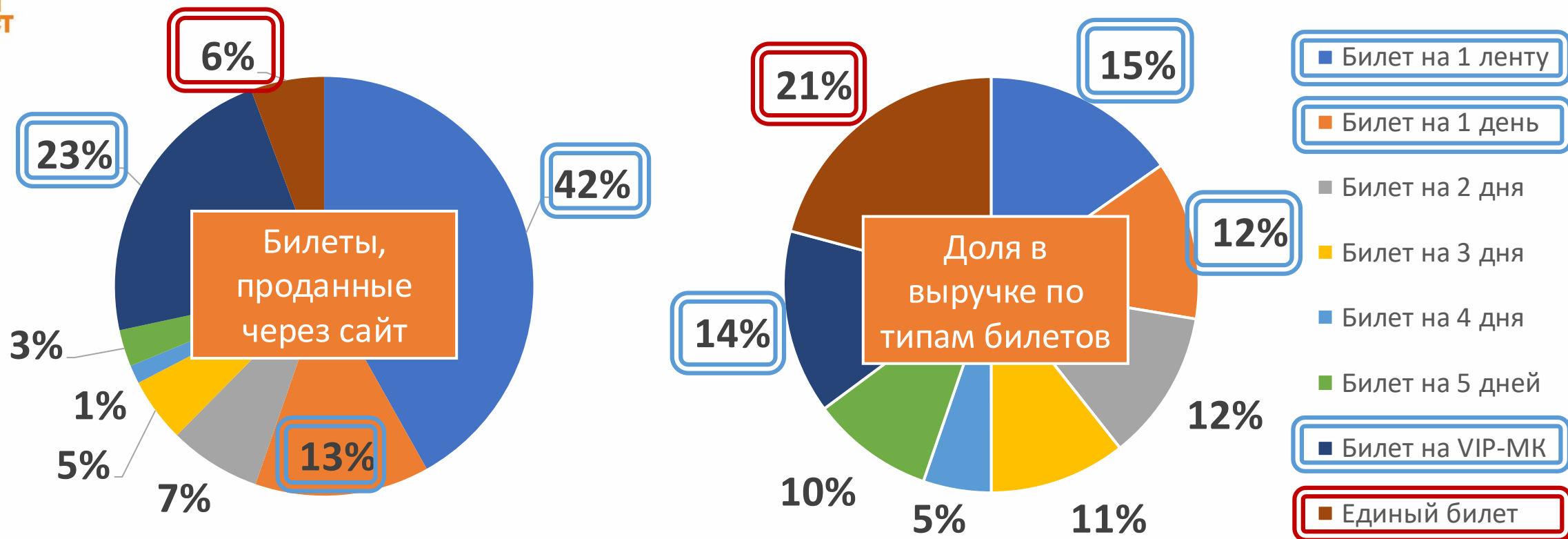


Спасибо за  
внимание!

# Рекламные инструменты

№	Инструмент	Результат	Эффективность	Комментарии
1.	Рассылка эл. писем по базе ОППЛ, рассылка руководителям пси-модальностей	Основной инструмент привлечения	Относительно высокая	Нужна обратная связь с теми, кто заинтересовался
2.	Размещение информации о Псифесте на сайте ОППЛ	Основной инструмент привлечения	Относительно высокая	Нужна обратная связь с теми, кто заинтересовался
3.	Официальный сайт Псифеста	Основной инструмент привлечения	Относительно высокая	Необходимо как можно раньше размещать программу Псифеста
4.	Группа в ФБ	Регулярные (в октябре ежедневные) публикации	Требует уточнения, скорее низкая	Необходимо формировать аудиторию
5.	Рассылка эл. писем по психологическим центрам Москвы и МО (286 контактов)	2 рассылки по 286 контактам - 1 отклик	Низкая	Необходимо увеличить кратность и форматы контактов
6.	Программа информационного партнерства для тренеров Псифеста и контактов базы ОППЛ	Откликнулись 8 человек, 2 выполнили условия	Низкая	Требует разъяснения и упрощения схемы партнерства
7.	Размещение баннеров на порталах и рассылка по базам целевых контактов (более 4000 спец-ов)	Привлечены 5 участников	Низкая	Нужно уточнить сегментацию базы и частоту размещений
8.	Встреча и размещение в группе ВК, конкурс на розыгрыш билетов на Псифест	Регулярные (в октябре ежедневные) публикации	Требует уточнения, скорее низкая	Необходимо формировать аудиторию
9.	Контекстная реклама на Яндекс	Есть информация о 2-х привлеченных	Низкая	Нужно уточнить сегментацию базы и частоту размещений

# Выручка от продажи билетов



- Наибольшей популярностью пользовались только 3 типа билетов (78% продаж по количеству);
- Эти 3 типа принесли 41% выручки (и это билеты с самой низкой ценой);
- Единый билет (6% продаж по количеству) принес 21% выручки;
- Рекомендую уменьшить ассортимент билетов до 3-4-х наиболее привлекательных для ЦА.