

# Содержание

<b>Глава 1.</b> Intro . . . . .	5
<b>Глава 2.</b> Спонсорство и партнерство — в чем разница и куда целиться . . . . .	7
<b>Глава 3.</b> База партнеров — собираем и работаем правильно . . . . .	13
<b>Глава 4.</b> Пример составления коммерческого предложения. Пошаговый алгоритм . . . . .	23
Пакетное коммерческое предложение и компред-конструктор . . . . .	33
Что важно предоставить потенциальному партнеру . . . . .	36
<b>Глава 5.</b> Что усиливает ваш компред . . . . .	37
Конкретные бренды . . . . .	38
Цифры по запланированному и уже проведенным событиям . . . . .	39
Отзывы крупных и нишевых партнеров . . . . .	41
Конкретные понятные формулировки . . . . .	42
Интервью с Евгенией Мальцевой . . . . .	43

<b>Глава 6.</b> Юридические аспекты. . . . .	51
Интервью со Светланой Ероховой. . . . .	56
Интервью с Алексеем Федоровым . . . . .	75
<b>Глава 7.</b> Комьюнити вокруг события как фактор повышения партнерского доверия. . . . .	103
Интервью с Павлом Прокофьевым . . . . .	108
<b>Глава 8.</b> Подготовка к интеграции партнера в событие . . . . .	125
<b>Глава 9.</b> Работа на площадке в день события . . . . .	137
Интервью с Александрой Калачевой . . . . .	142
Интервью с Екатериной Кондратьевой и Татьяной Поляковой . . . . .	158
<b>Глава 10.</b> Важные нюансы информационного, бартерного и коммерческого партнерства. . . . .	173
Интервью с Олесей Радиловой . . . . .	176
Интервью со специалистом по работе с партнерами . . . . .	204
<b>Глава 11.</b> Примеры партнерских интеграций и где брать для них идеи . . . . .	215
<b>Глава 12.</b> Постпродакшен: что должно быть после события . . . . .	221
<b>Вместо заключения</b> . . . . .	227
<b>Бонус.</b> Партнерство для онлайн-событий. . . . .	229