

Marketing Stars: как конференция ИнфоТеКС стала центром притяжения B2B-маркетологов из ИТ и ИБ

0 проекте

Marketing Stars — проект ИБ-компании «ИнфоТеКС», первая в России специализированная конференция по маркетингу в сфере информационной безопасности и технологий.

Конференция начиналась как небольшое мероприятие для маркетологов партнерской сети ИнфоТеКС. Постепенно расширялись ее форматы и список участников. В 2024 году проект отметил пятилетие и был переосмыслен как платформа для формирования комьюнити профессионалов в B2B-сегменте.



За 6 лет мы превратили MStars из внутреннего события для партнеров в главную отраслевую площадку для обмена опытом маркетологов и специалистов по коммуникациям в ИТ и ИБ (сегмент B2B). Ежегодно здесь собираются лидеры рынка.



Целевая аудитория

- Маркетинговые подразделения ИТ- и ИБ-компаний в B2B-сегменте уровня топ-менеджмента
- Продуктовые маркетологи и менеджеры по рекламе
- Руководители PR-служб
- Руководители event-направлений крупных ИТ-компаний
- Агентства, работающие с ИТ и ИБ-компаниями

Marketing Stars и Кибердом

В 2025 году новым этапом для конференции стало **сотрудничество с Кибердомом** — инновационным кластером, объединяющим технологические компании, экспертов и образовательные проекты.

Это партнерство продолжает основную идею проекта: **Marketing Stars — платформа для профессионального диалога и сообщества ИБ-маркетологов.**

MStars 2025. Цифры и факты



Тема 2025 года – *продуктовый маркетинг в B2B*



Полная *in-house* организация



Уникальный формат – *AI-Battle*



2

дня

500+

участников из 200+ компаний

20

регионов РФ

65

спикеров в 2-х потоках

20

докладов

8

круглых столов

Цели и KPI проекта

Достичь рекордного количества участников (не менее 500) и компаний-представителей (не менее 200), подтвердив статус конференции как крупнейшей профильной площадки в сегменте.

Впервые за 6 лет выйти на полную самоокупаемость мероприятия за счет продажи билетов и привлечения партнеров, доказав экономическую эффективность события.

Обеспечить программу высокого уровня с участием не менее 60 топ-спикеров из ведущих компаний рынка, охватив ключевые тренды ИТ- и ИБ-маркетинга.

Закрепить в сознании ЦА восприятие MStars как ведущей дискуссионной и нетворкинг-площадки, где формируется маркетинговая экспертиза. Добиться высокого уровня удовлетворенности участников (не менее 75% NPS).

Сделать конференцию одним из ключевых каналов коммуникации с представителями партнерской сети ИнфоТекС (партнеры продвигают и продают продукты компании). Привлечь к участию в конференции не менее 350 специалистов партнерской сети.

Сформировать постоянно действующее сообщество экспертов по маркетингу и PR в ИТ и ИБ. Увеличить подписную базу сообщества в TG-канале рамках PR-кампании на 350+ человек.

Задачи

Разработать актуальную **программу**, отражающую ключевые вызовы 2025 года в B2B-маркетинге ИТ и ИБ с **привлечением лидеров мнений** и практиков из числа партнеров и конкурентов.

Организовать двухдневное событие с **параллельными потоками, круглыми столами и интерактивными форматами** (квизы, розыгрыши, нетворкинг-зоны) для **максимального вовлечения аудитории**.

Выбрать **статусную локацию** (Кибердом) как дополнительный фактор привлекательности и инфоповод, подчеркивающий инновационность события.

Привлечь **ключевых спонсоров и инфопартнеров** для расширения бюджета и медийного охвата.

Реализовать **комплексную PR-кампанию** (пре-ивент, ивент, пост-ивент) с использованием всех доступных каналов (email, соцсети, СМИ, партнерские площадки) для информирования ЦА и стимулирования регистраций.

Собрать и проанализировать **обратную связь** через Telegram-бота и опросы для оценки удовлетворенности и выработки улучшений к следующему году.

3 составляющие успеха



Каждый год команда ИнфоТеКС делает акцент на 3-х компонентах:



Актуальная для рынка тема и насыщенная программа



Топовые эксперты с реальными кейсами



Спонсорство, партнерство и нетворкинг

Немного о программе



Два дня
конференции

- Доклады
- Зона стендов
- Круглые столы
- Нетворкинг

Темы 2025 года

- *Продуктовый маркетинг в B2B ИТ и ИБ*
- *Маркетинговая стратегия и продвижение в ИТ- и ИБ-секторе*
- *Управление маркетинговой командой в ИТ-компаниях*
- *Нейросети и AI в маркетинге ИТ и ИБ*



Участники

650 регистраций

130+ компаний-партнеров

505 уникальных
участников

350 специалистов
партнерской сети ИнфоТеКС



Среди участников: Лаборатория Касперского, VK, Positive Technologies, Yandex Cloud, УЦСБ, Nexign, Zecurion, M1Cloud, T2, Axoft, Гарда, Jet Security Team, F6, РЕД Софт, Грунна Астра, UserGate

Топовые спикеры

- Яна Шевченко, директор департамента продуктового маркетинга, Лаборатория Касперского
- Тамара Чечеткина, руководитель отдела маркетинга и киберкультуры, VK
- Ольга Гачкова, руководитель продуктового маркетинга, Positive Technologies
- Сергей Калмыков, генеральный директор, Кибердом
- Григорий Ковшов, директор по маркетингу, Газинформсервис



AI-баттл



Для поддержания интереса к мероприятию мы взяли трендовую тему про **использование нейросетей в маркетинге и бизнесе**, добавили динамику и интерактив: у спикеров было по **7 минут** на презентацию своего кейса, а зрители **голосовали через наше приложение** за лучший кейс в раунде.



Заставки к раундам тоже сгенерировала нейросеть. Так мы не только поддержали тему сессии, но и добавили яркий запоминающийся элемент.

Немного инсайдов

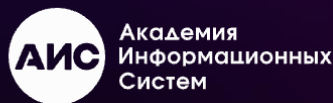
Шестую конференцию Marketing Stars мы решили организовать своими силами. Обычно мы работаем с креативным агентством, но в 2025 году пошли по другому пути и получили новый опыт для всей команды.

☰ Во-первых, мы сами погрузились в каждый нюанс подготовки и могли **управлять всеми процессами**.

🧠 Во-вторых, все **идеи рождались внутри команды**, и именно мы несли за них ответственность.

👉 В-третьих, это стало настоящим **тимбилдингом**. Проект объединил разные направления и показал, насколько сильной может быть команда, когда работает бок о бок.

Спонсоры и инфопартнеры 2025



0 партнерах и спонсорах

Ключевой партнер конференции – компания «Газинформсервис».

Генеральный партнер – PROWAY.



Участие крупных компаний в качестве партнеров Marketing Stars подтвердило высокий уровень доверия и готовность инвестировать в мероприятие. Благодаря поддержке партнеров нам удалось не только расширить бюджет, но и впервые за 5 лет выйти на самоокупаемость.

8 партнеров поддержали мероприятие.

85% составили вложения спонсоров от общего бюджета мероприятия.

0 формате и площадке

Впервые конференция проходила в июле. Площадка — Кибердом. Мы решили максимально использовать возможности сезона: **изменили привычную механику мероприятия** и перенесли вечернюю часть из основного зала на первый этаж площадки, чтобы обеспечить гостям комфортный доступ на улицу.



Гости сидели на подушках, играли в настольный теннис, много общались. Все это создало расслабленную и уютную атмосферу и способствовало одной из главных целей нашего мероприятия — **нетворкингу**. То, что мы и задумывали.



Фирменный мерч

Подготовка к Marketing Stars ежегодно становится особенным событием, где мы можем полноценно раскрыть свой творческий потенциал. Расскажем подробнее о процессе разработки уникального SMM-мерча под мероприятие. Начнем с объемных стикеров.

3D-наклейки остаются в тренде. Они вызывают желание потрогать, примерить, разместить на телефоне или ноутбуке, а, значит, продолжают «жить» после мероприятия и напоминать о бренде в повседневной среде. Это продолжение визуального контакта с аудиторией и один из способов повышения узнаваемости бренда через органический охват.



Фирменный мерч. Стикерпак

Наклейки мы не просто раздавали. Они стали частью геймификационного пути участника. Нужно было пройти симуляцию в чат-боте. Те, кто публиковал фото- или видеоотзывы в нашем сообществе, гарантированно получали набор стикеров на стенде Marketing Stars Community.



В итоге мы собрали более 60 ярких отзывов в нашем канале и привлекли более 200 участников к игре в чат-боте.

Marketing Stars Community
два дня насыщенные встречи, кейсов и живого общения поза...
Потрясающее мероприятие на очень высоком уровне!! Очень интересные и полезные выступления!!

Спасибо за интересные доклады! Было полезно и вдохновляюще

Вероника,
руководитель SMM-направления

MStars
Vibes
only

No
Bad
Days



НЕ В РЕСУРСЕ,
НО В ПОТОКЕ



WORK HARD +
LIFE BALANCE



MStars
Vibes
only

Современный мерч – это не сувенир, а инструмент бренд-коммуникации. Он работает, если имеет продуманную визуальную концепцию, встроен в пользовательский путь, вызывает эмоции и желание делиться.

Вероника,
руководитель SMM-направления



Фирменный мерч 2.0

Нам хотелось сделать не только красивый, но и полезный и функциональный мерч. Аудитория Marketing Stars – люди в движении: маркетологи, ивентеры, пиарщики, дизайнеры. У всех в одной руке – кофе, в другой – телефон в режиме боевой готовности. Телефон чаще всего удерживается в ладони, потому что его больше некуда деть. Так появился наш «Starter Pack» со шнурком и брелком для телефона. Красиво, удобно, по делу – все, как мы любим.

Идея шнурков для телефона –
решение, которое точно попало в цель

Освобождает руки для рукопожатий и объятий, позволяет без паники перемещаться по площадке, не думая о том, «где мой телефон», и при этом выглядит стильно. Подобрали цвета, добавили фирменный брелок, и получился не просто аксессуар, а **эффектная деталь брендинга Marketing Stars.**

For
**Busy
Person**

Даша,
event-менеджер

Разработка брелка «MStars vibes only»

До конца рабочего дня оставалось полчаса вроде еще в офисных тапочках, но мысленно уже в кроссовках. Сначала я набросала несколько вариантов макета брелка, но все они казались слишком простыми.

Решила обсудить свои идеи с тимлидом – и это дало нужный толчок. **В голове сложился макет**, который оказался сильнее и интереснее всех первых вариантов.

Я поняла главное: брелок единственный на всем шнурке, значит, именно он должен говорить за все событие: **«Смотрите, я был(а) на Marketing Stars!»**. Поэтому хотелось, чтобы он был не просто заметным аксессуаром, а ярким символом мероприятия.

*Все получилось и было
согласовано в рекордные сроки!*



Альбина,
коммуникационный дизайнер

Продвижение проекта



Комплексное продвижение стало одним из ключевых инструментов повышения узнаваемости мероприятия и продаж билетов. Для этих целей мы использовали все доступные инструменты.

Регистрации – топ-3 канала

Канал	Сколько регистраций
Email-рассылки по базам ИнфоТеКС	153
Инфопартнеры и Marketing Stars Community	95
Обзвон партнеров КЦ	57

PR-продвижение было реализовано в три этапа: pre-event, event, post-event.

Pre-event

Выступления амбассадоров проекта

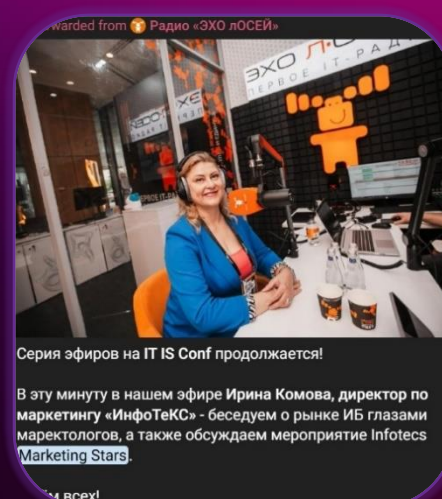
Продвижение конференции и демонстрация экспертизы



Амбассадорство в
Кибердоме



Заседание клуба
маркетологов АРПП



Эфир на радио «Эхо
Лосей»

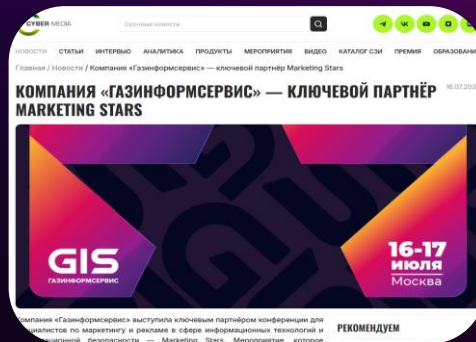
Pre-event

Сотрудничество с медиа

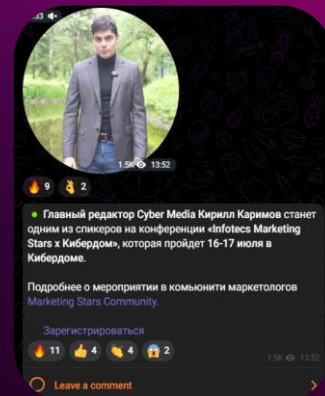
Анонсирование мероприятия в ведущих площадках об ИТ и ИБ



Портал Cisoclub



Сайт ИБ-издания
Cyber Media



ТГ-канал Cyber
Media

Pre-event

Email-рассылка

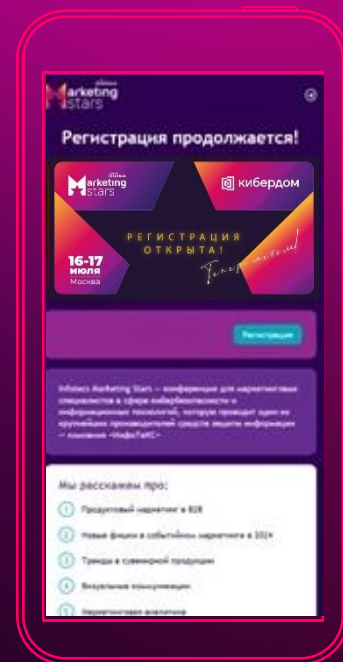
Приглашение на конференцию, подтверждение участия, напоминание

Лендинг

Разработали лендинг с интерактивными блоками и информацией на главной странице



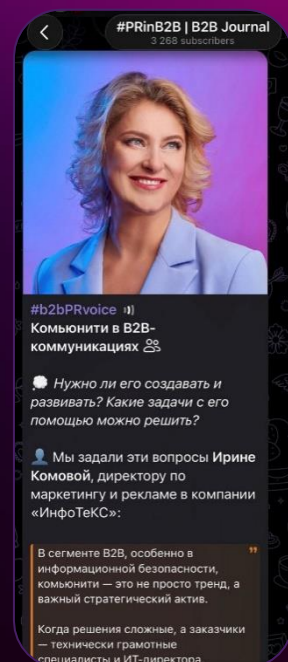
Разработанный лендинг



Email-рассылка

Каналы спикеров и партнеров

Спикеры анонсировали в ТГ-каналах свое участие в конференции



Pre-event

Анонсирование в Marketing Stars Community

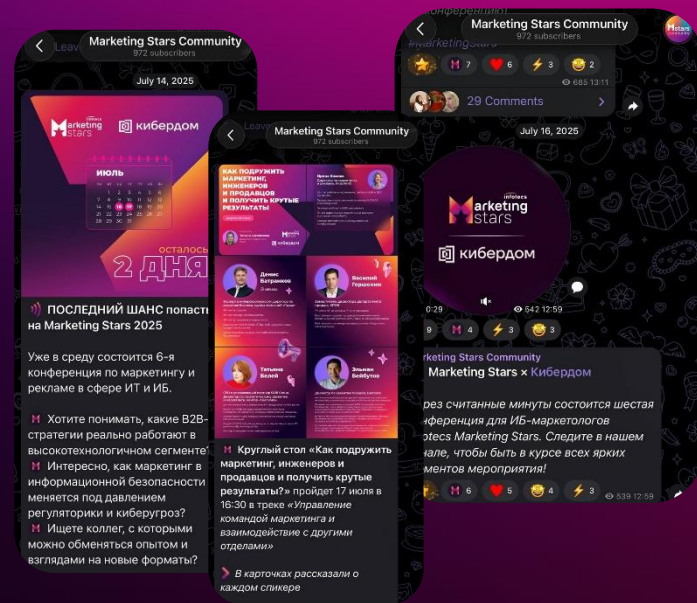
Публиковали анонсы в разных форматах:

- Тексты
- Карточки
- Видео
- Кружки

Также мы создали стикерпак для канала.



Стикерпак

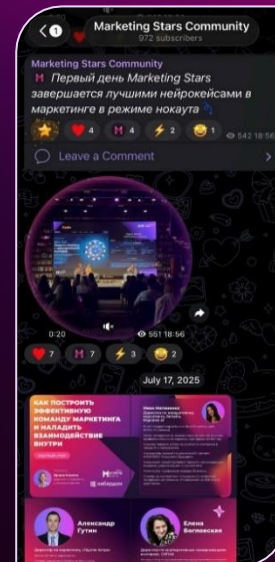
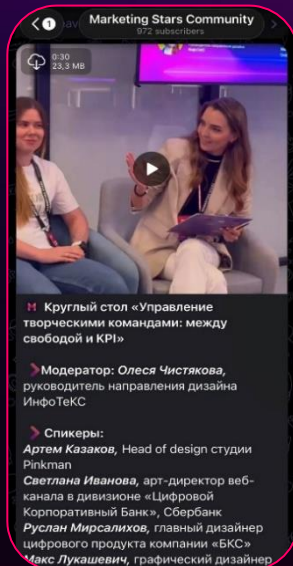
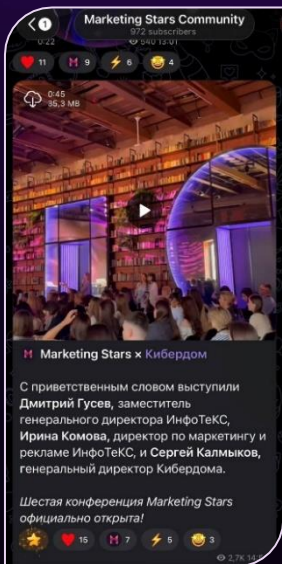


Разнообразие форматов анонсирования

Event

Marketing Stars Community

Во время мероприятия публиковали посты в режиме реального времени, что обеспечило охват онлайн-аудитории



Разнообразие форматов постов

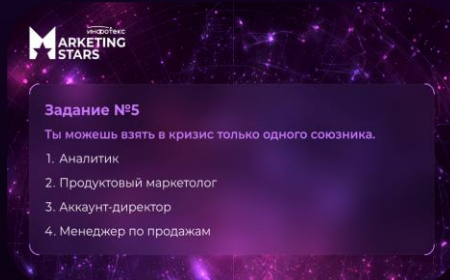
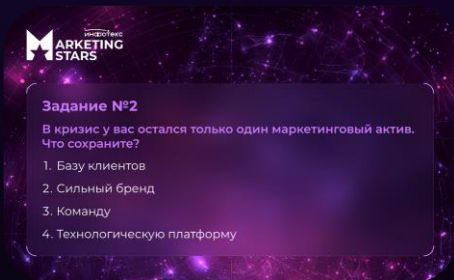
Event

Telegram-бот



Бот работал по трем сценариям:

- Розыгрыш призов;
- Тест «Кто ты в созвездии продуктового маркетинга будущего?»
- Как добраться до площадки

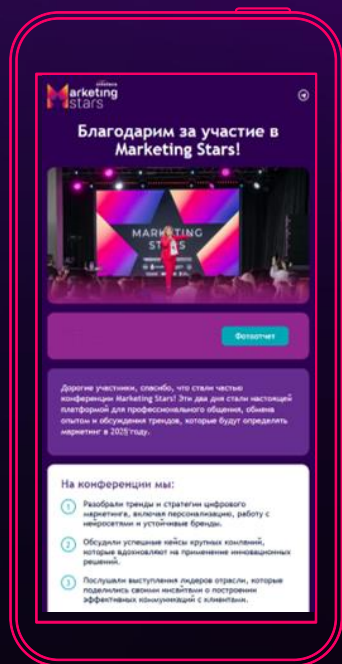


Вопросы для теста

Результаты теста

Post-event

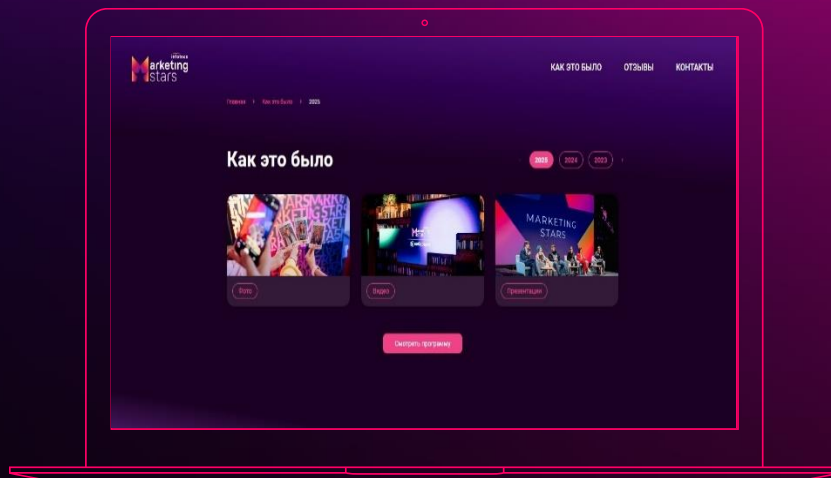
Email-рассылки



Email-рассылка

Лендинг

Обновили раздел «Как это было».
Появились презентации, видео и фото



Раздел «Фото»

Post-event

Опыт 22 июля 2025 Конференцию Infotecs Marketing Stars в Кибердоме посетили более 500 специалистов по маркетингу и рекламе в сфере ИТ и ИБ



В Москве прошла шестая конференция для специалистов по маркетингу, рекламе и digital - Infotecs Marketing Stars 2025, организатором выступил Кибердом. В этом году спикеры рассмотрели продуктовый маркетинг в B2B с разных сторон – как продвигать технологические продукты на рынке ИТ, как устроен продуктовый маркетинг на примере крупных вендоров и интеграторов, какие KPI должны быть у продуктового маркетолога, что такое эмоциональный маркетинг, какие актуальные метрики следует учитывать в 2025 году и как оценивать эффективность коммуникаций.

Пост-релиз в NBJ

Кибердом 22.07.2025 Конференцию Infotecs Marketing Stars в Кибердоме посетили более 500 специалистов по маркетингу и рекламе в сфере ИТ и ИБ



Пост-релиз в Cyber Media

Infotecs Marketing Stars в Кибердоме в финальном ролике

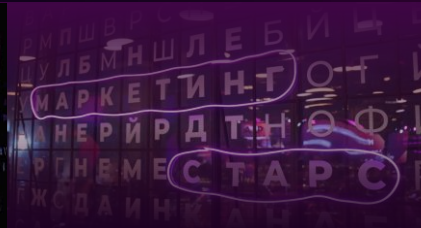
В Москве прошла конференция для специалистов по маркетингу, рекламе и digital - Infotecs Marketing Stars 2025, организатором выступил Кибердом. В этом году спикеры рассмотрели продуктовый маркетинг в B2B с разных сторон – как продвигать технологические продукты на рынке ИТ, как устроен продуктовый маркетинг на примере крупных вендоров и интеграторов, какие KPI должны быть у продуктового маркетолога, что такое эмоциональный маркетинг, какие актуальные метрики следует учитывать в 2025 году и как оценивать эффективность коммуникаций.

Конференцию посетили более 500 участников из более чем 200 компаний, ключевых игроков российского рынка ИТ и ИБ. Организатором мероприятия выступила компания «КиберТекс», один из крупнейших вендоров в сфере защиты информации.

Хэштег: #InfotecsMarketingStars #Кибердом #B2Bмаркетинг #ИТмаркетинг #InfoTeTeC #MarketingStars2025

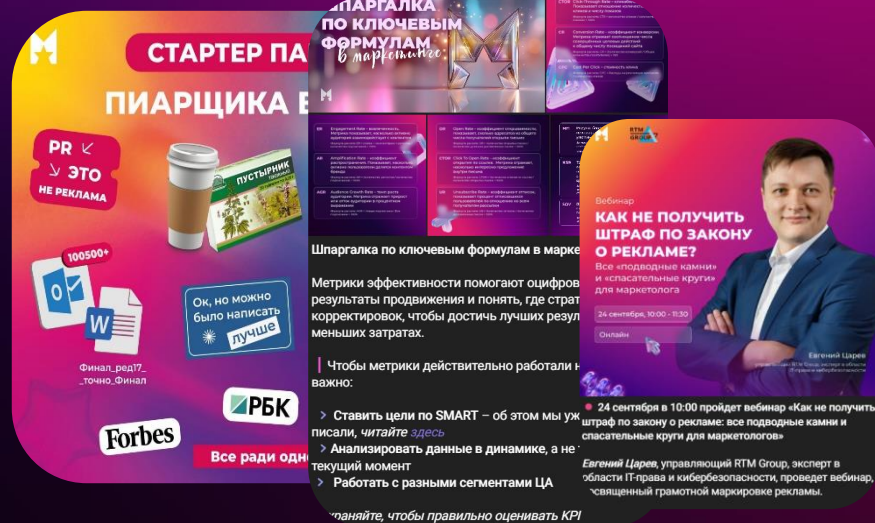
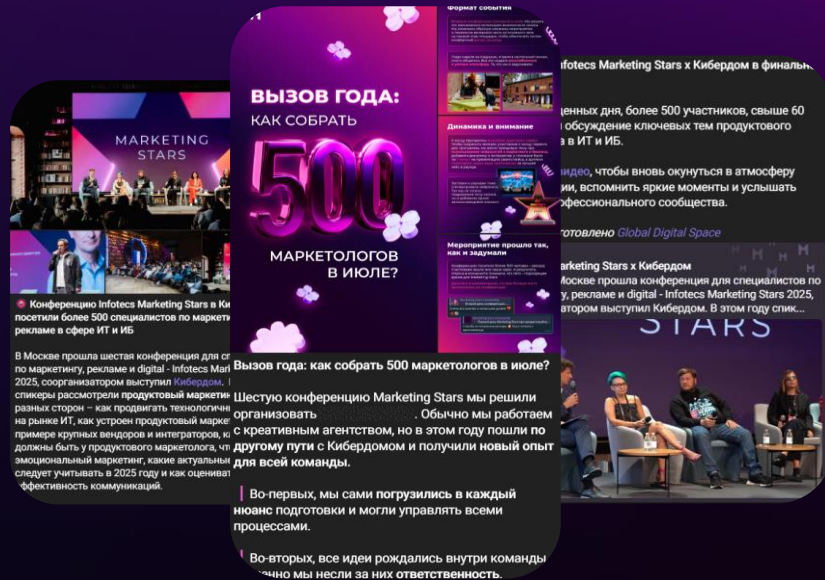


Ролик медиаканала GDS



Post-event

Marketing Stars Community



Итоги Marketing Stars

Публикации после мероприятия

MSC стал ядром сообщества ИБ-маркетологов

Приложение Marketing Stars



118 уникальных
пользователя



215 добавлений докладов
в избранное
54 сообщения



4,76 средняя оценка
за доклады спикеров

Лучшие выступления

Инвестиции в экономику доверия: как комьюнити становится новой стратегией роста компании

Оценка: 5.00

В избранном: 12 участников

Эмоциональный маркетинг в B2B: от продукта к активации

Оценка: 5.00

В избранном: 11 участников

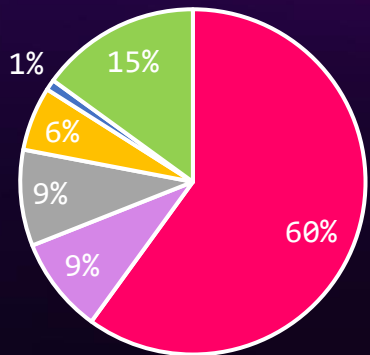
Продуктовый маркетинг в условиях изменения законодательства о рекламе

Оценка: 5.00

В избранном: 10 участников

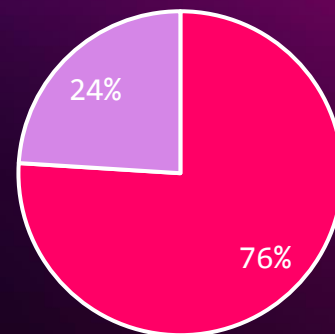
Анкеты участников

Как вы узнали
о мероприятии?



- Приглашение партнера
- Email-рассылка
- Сайт ИнфоТеКС
- Рекламный баннер
- Канал MSC
- Знаю давно

Было бы вам интересно
смотреть конференцию
онлайн?

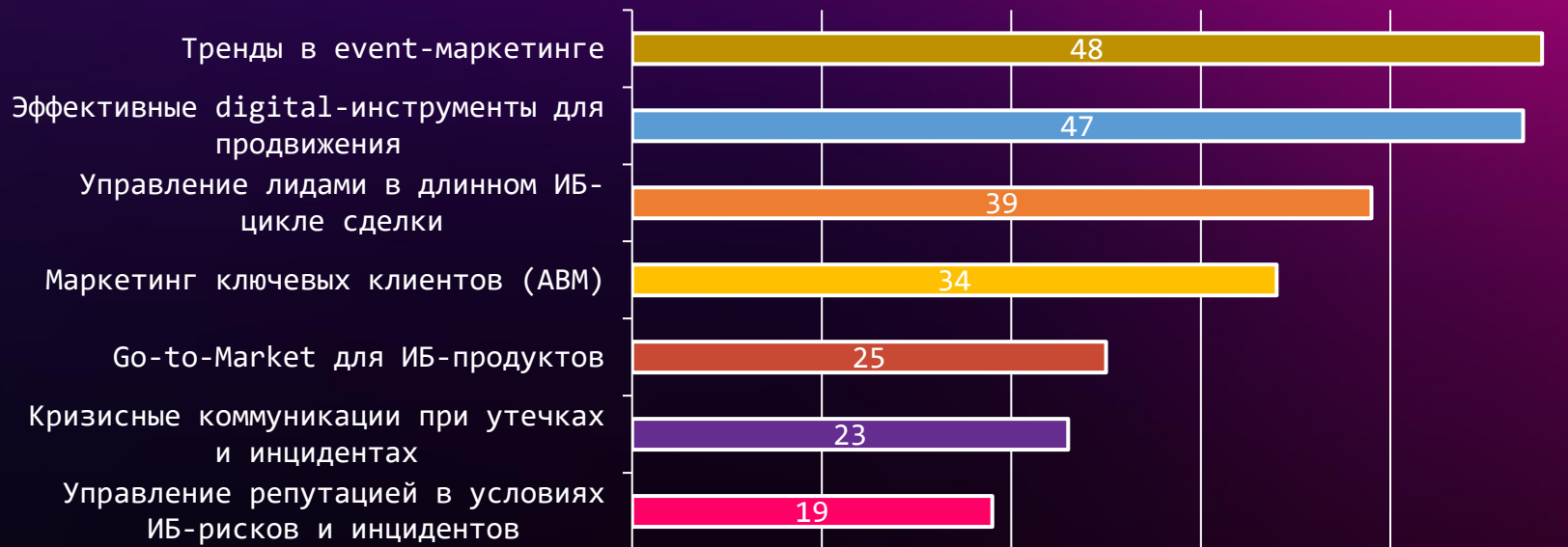


- Нет, хочу быть очно
- Да

Всего 50 анкет

Опрос в Marketing Stars Community

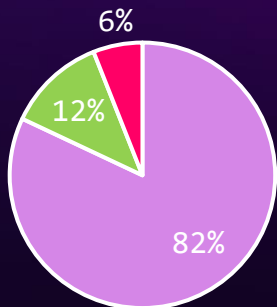
Какие темы будет интересно услышать в следующий раз?



NPS

(индекс готовности участников рекомендовать прошедшее мероприятие)

Категории NPS



- Промоутеры (оценка 9-10)
- Пассивные (оценка 7-8)
- Критики (оценка 6-0)

- Более 80% участников – активные промоутеры, которые будут рекомендовать конференцию коллегам.
- Только 6% – критики, которые могут создать негативный фон.

Такой высокий показатель говорит о том, что мероприятие **сильно превосходит ожидания** большинства участников.

NPS = 76 из 100

Обратная связь от участников

Танечка Мызникова

Ответить

Marketing Stars Community

Два дня насыщенных встреч, кейсов и живого общения позад...

Большая благодарность всем спикерам и организаторам за неравнодушие к сфере и общему делу, интересный и высокий уровень мероприятия.

Первый раз была на форуме, получила кучу вдохновения и инсайдов для проработки 🤩

Яркие кейсы, яркие люди. Еще раз спасибо за приятное общение и работу!



09:34

Леся

Ответить

Marketing Stars Community

Два дня насыщенных встреч, кейсов и живого общения позад...

В первый раз на конфе по ИТ и ИБ. Я продуктовый маркетолог и мне было любопытно посмотреть на маркетинг вашими глазами)

Меня очень впечатлила презентация метавселенной Кибердома и симуляторы для ИБ.

Спасибо организаторам, спикерам и другим гостям! И отдельный лайк людям из караоке 😊❤️



21:09

Polina Tretyakova

Marketing Stars Community

Два дня насыщенных встреч, кейсов и живого общения позад...

Огромное спасибо организаторам за прекрасное мероприятие! Темы деловой части, спикеры, площадка - все на высшем уровне! Хотя я не из ИБ, но вынесла очень много полезного для себя и для нашей компании! Кейс Лаборатории Касперского про интеграцию с искусством и Большой театр - просто нет слов, одни эмоции 🔥



изменено 19:46

Леся

Ответить



Классная конфа) Спасибо за доклады и популяризацию РММ сегодня. А также за крутые активности партнеров 🔥 Жду завтра)

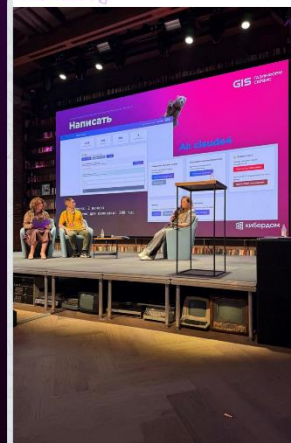


19:01

Всего более 50 отзывов,
все носят позитивный
характер

Alina Drozdova

Ответить



Просто 🤩 Спасибо за ваш опыт - вдохновляет!

18:25

Skorika

Ответить



Собралась на Marketing Stars



12:18

Результаты проекта. Польза для бизнеса



1. Укрепление отношений с партнерской сетью (ключевой канал продаж)

У ИнфоТеКС более 500 партнеров, через которые компания осуществляет продажи своих продуктов. Конференция Marketing stars – это:

- Прямой контакт с маркетологами партнеров – теми, кто формирует спрос на решения ИнфоТеКС в своих компаниях.
- Инструмент лояльности – партнеры чувствуют поддержку и вовлеченность, что укрепляет долгосрочные отношения.
- Площадка для обучения – маркетологи партнеров получают современные инструменты продвижения, которые затем применяют для продаж продуктов ИнфоТеКС.

Результаты проекта. Польза для бизнеса

2. Сокращение маркетинговых затрат через совместные кампании

- Совместные PR-кампании с партнерами позволяют делить бюджеты на продвижение и увеличивать совокупный охват.
- ИнфоТеКС получает доступ к аудиториям партнеров без дополнительных затрат на их привлечение.
- Партнеры, участвуя в конференции, сами продвигают мероприятие в своих каналах, что дает бесплатный медийный охват.

Результаты проекта. Польза для бизнеса

3. Новые партнеры и клиенты

- На конференции присутствуют маркетологи и руководители из 200+ компаний, включая потенциальных партнеров и клиентов.
- Качественный нетворкинг и имиджевая программа создают условия для зарождения новых деловых связей.
- Участие в конференции позиционирует ИнфоТеКС как открытую и экспертную компанию, что повышает доверие к бренду и облегчает вход в новые проекты.

Результаты проекта. Польза для бизнеса

4. Повышение узнаваемости и укрепление экспертного статуса

- Marketing Stars позиционирует ИнфоТекС как лидера не только в ИБ, но и в B2B-маркетинге.
- Компания ассоциируется с инновациями и развитием индустрии, а не просто с продажей продуктов.
- Высокий статус конференции и уровень спикеров работают на репутацию ИнфоТекС в глазах партнеров и клиентов.

Результаты проекта. Цифры

Коммерческая эффективность. Впервые за 6 лет существования конференция полностью окупилась (за счет вложений спонсоров и продажи билетов).

Экспертиза. Число спикеров выросло на 50% (65 против 32 в 2024 году). Выросло также количество докладов и круглых столов.

Масштаб. Рост числа участников конференции на 40% (500+ участников против 300 в 2024 году). Рост числа компаний-участников на 35% (более 200 в 2025 против 130 в 2024).

Сообщество. В комьюнити Marketing Stars за период PR-кампании вступили 350+ человек. Это равносильно размеру большей части партнерской сети ИнфоТекС.

Сотрудничество. Мероприятие поддержали 8 партнеров, обеспечив на 85% затраты на организацию.

Вовлеченность. Более 200 участников взаимодействовали с Telegram-ботом, более 110 пользовались приложением мероприятия, оставляли комментарии, ставили оценки и голосовали за лучшие выступления.

Удовлетворенность. Более 80% участников можно отнести к категории «активные промоутеры». Они готовы рекомендовать конференцию коллегам. Всего мы получили более 50 положительных отзывов о конференции.



**Спасибо
за внимание!**