

Заявка на премию «Продвигай ИТ»

Номинация: Маркетинг красного океана

Название проекта: «[Квартирник по безопасной разработке — 2026](#): как мы вошли на “перегретый” московский рынок и привлекли целевую аудиторию»

Дата проведения: 19 марта 2026

Место проведения: Москва

Информация о компании

[Центр кибербезопасности УЦСБ](#) — это экспертный центр российского системного интегратора с 19-летним опытом в области защиты критически важных систем. Мы предоставляем комплексные услуги по обеспечению информационной безопасности для бизнеса и государственных структур, а также разрабатываем собственные продукты в сфере безопасной разработки.

Контекст и вызов

Столичный рынок ИТ-ивентов перенасыщен: крупные федеральные мероприятия собирают тысячи участников и занимают основную часть профессионального календаря. Однако нишевых, камерных форматов, где можно говорить о безопасной разработке честно и без формальностей, почти нет. Мы увидели в этом возможность: опираясь на успешный опыт квартирника в Екатеринбурге, в 2026 году впервые выйти на московскую аудиторию с форматом, который предлагает то, чего не хватает другим мероприятиям — живое общение, честные разговоры и реальные кейсы.

Вызов: как в условиях высокой конкуренции заставить профессионалов выбрать нас, а не привычные гигантские конференции? Как убедить аудиторию, что наш формат даст больше пользы, чем десятки докладов на крупных сценах?

Цели и задачи

Главная цель: успешно запустить квартирник в Москве, доказав, что даже в «красном океане» можно завоевать внимание аудитории за счет доверия и качества контента.

Задачи:

- Привлечь не менее 100 очных участников из числа ИТ- и ИБ-специалистов
- Обеспечить высокую долю целевой аудитории (руководители и эксперты из ключевых отраслей)
- Создать информационную повестку, чтобы о событии заговорили в профессиональной прессе
- Использовать мероприятие как инструмент продвижения подхода DevSecOps



Стратегия и решение

Мы сделали ставку на камерный, почти домашний формат, противопоставив его стандартным отраслевым конференциям. Квартирник — это «место без галстуков», где эксперты могут говорить честно, а участники — задавать любые вопросы. Атмосферу доверия подчеркивали даже детали: вместо стандартных выставочных стендов мы организовали зоны с диванчиками, располагающими к неформальному общению.



Ключевые элементы стратегии продвижения мероприятия

Комплексное анонсирование и приглашение

Мы использовали двухуровневый подход к формированию аудитории. С одной стороны — персональные приглашения ключевым лицам из целевых компаний через партнеров и экспертные контакты УЦСБ, что гарантировало высокое качество аудитории. С другой — открытые анонсы на Хабре, в Telegram-канале УЦСБ, через рекламу и рассылки, что позволило привлечь широкий круг заинтересованных специалистов и обеспечить достаточное количество заявок.

Контент как драйвер

В программу вошли не шаблонные доклады, а живые дискуссии, диванные разговоры и короткие «10 минут откровений» от практиков. В итоге мы получили программу, где каждый элемент работал на главную цель — дать участникам живые инсайты и полезные контакты.

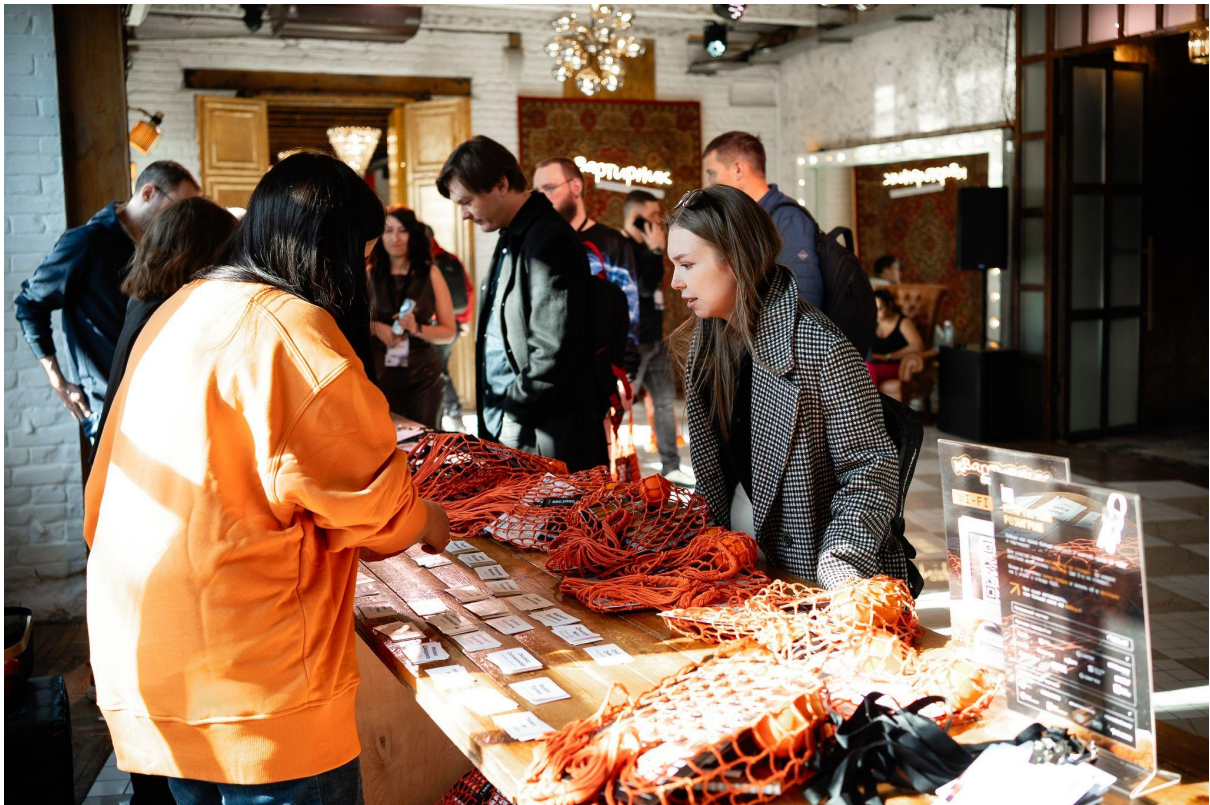
Партнерская программа как якорь доверия

Мы привлекли к участию Solar, Kaspersky, СберТех и других топ-игроков. Это дало нам недостающий авторитет нового игрока на московском рынке — партнеры стали якорем доверия для аудитории и обеспечили качественный прирост целевых регистраций.



Исследование как PR-оружие

В партнерстве с ГК «Солар» мы провели опрос среди 102 компаний, а его результаты превратили в три эксклюзивных инфоповода для ТАСС и Газета.Ru. Затем они разошлись по 20+ отраслевым СМИ, создав мощный эффект «сарафанного радио» в профессиональном сообществе — о нас заговорили как об источнике важных инсайтов, а не как о просто еще одном ивенте. Благодаря этому тема, поднятая на квартирнике, получила широкий резонанс в профессиональной прессе и оставалась в повестке отраслевых СМИ несколько недель после события.



Результаты

Квартирник 2026 года стал заметным событием в жизни DevSecOps-сообщества. Его главные итоги:

1. **Мы перетянули внимание.** В условиях, когда календарь московских ИТ-ивентов переполнен, нам удалось собрать 247 целевых регистраций и 119 очных участников из ключевых отраслей:
 - + ИТ, ИБ и телеком
 - + Финансовый сектор
 - + Промышленность и производство
 - + Торговля и e-commerce
 - + Научные исследования и разработки, учебные центры
 - + Нефтегазовый сектор и добыча
 - + Строительство и недвижимость
 - + Транспорт и логистика
 - + Государственный сектор
 - + Медицина и здравоохранение



2. **Мы создали информационный шум.** Исследование и сам квартирник получили 150+ публикаций с совокупным МедиаИНдексом 856. Тема рисков использования ИИ оказалась настолько актуальной, что привлекла внимание федеральных СМИ — ТАСС и Газета.Ru сделали эксклюзивные материалы. Это значит, что нас услышали за пределами профессионального сообщества.
 - [Эксперты: автоматизация и ИИ становятся ключевыми трендами кибербезопасности](#)
 - [Исследование выявило главную причину отказа бизнеса от внедрения ИИ](#)
 - [Компании в России начали сталкиваться с реальными утечками из-за ИИ-сервисов](#)
 - [Российские компании массово сталкиваются с утечкой данных через ИИ-сервисы](#)
3. **Мы продвинули идею.** Через опросы, живые дискуссии и PR-активности мы системно продвигали подходы безопасной разработки (БРПО), делая их понятными для широкой ИТ-аудитории. Мы не просто провели ивент — мы создали прецедент для открытого разговора о проблемах безопасности, что в долгосрочной перспективе влияет на развитие культуры DevSecOps в стране.