



ДЕНЬ
БРЕНДА

19 **ОКТАБРЯ** 26

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

ЗАЛ 1

ПИРАМИДА ЦЕННОСТЕЙ

Именно здесь мы попробуем ответить на главный вопрос конференции: какие ценности сегодня становятся фундаментом сильных российских брендов? Где проходит граница между декларациями и реальными действиями? Как меняются представления о доверии, качестве, ответственности, устойчивости и общественной роли бизнеса? Вместе с лидерами рынка обсудим, какие смыслы становятся основой долгосрочного развития брендов и почему именно они определяют их конкурентоспособность в новой экономике.

Программа зала

9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе

10:20 - 10:30 Официальное открытие

10:30 - 12:05 Пленарная сессия. Современная пирамида ценностей (часть I)

Сегодня актуально звучит разговор о национальных ценностях, сохранении традиций, образе будущего, роли креативных индустрий в развитии общества и российских брендов. Для маркетинга эта тема далеко не нова: бренды уже давно существуют в собственной системе ценностей, где важны не только характеристики продукта, но и доверие, эмоции, репутация, культурный код и долгосрочные отношения с потребителями.

У каждого сильного бренда есть своя пирамида ценностей — от рационального функционала продукта до высших социальных смыслов. Именно она определяет, почему потребитель выбирает марку и как бизнес закрывает материальные и ментальные потребности человека. В этой системе координат сам бренд становится высшей ценностью маркетинга — его вершиной и кульминацией, доступной только тем, кто смог наполнить продукт подлинными смыслами. Когда ориентиры общества и индустрии созвучны, российские бренды обретают силу, которая строится на понятных ценностях — преемственности, доверии, созидательном труде, принципах партнерства и взаимного уважения как внутри команд, так и в отношениях с потребителем.

В текущей ситуации важно понять, насколько представления бизнеса о сильном бренде созвучны тем ожиданиям, которые формируются в обществе. Какие принципы становятся фундаментом долгосрочного развития? Как меняется понимание доверия, ответственности, качества, устойчивости? Какие смыслы действительно способны объединять людей вокруг брендов, а не существовать только в коммуникационных стратегиях?

Именно поэтому одной из центральных тем осеннего «Дня Бренда» станет пирамида ценностей российских брендов.

Спикеры

Модератор

Алексей Поповичев

«Русбренд»
исполнительный директор

Алексей Толстого

«Национальный рекламный альянс»
генеральный директор

Дмитрий Орченко

«Сбермаркетинг»
генеральный директор

Владимир Бабков

сейлз-хаус
«Эверест»
генеральный директор

Яков Пейсахзон

«Авито»

директор «Авито Рекламы» и стратегических партнерств

Артем Пуликов

MTC Ads
член правления, заместитель генерального директора, коммерческий директор

Мария Колосова

Group4Media
генеральный директор

12:05 - 12:25 Кофе-брейк

12:25 - 13:45 Пленарная сессия. Современная пирамида ценностей (часть II)

Сегодня актуально звучит разговор о национальных ценностях, сохранении традиций, образе будущего, роли креативных индустрий в развитии общества и российских брендов. Для маркетинга эта тема далеко не нова: бренды уже давно существуют в собственной системе ценностей, где важны не только характеристики продукта, но и доверие, эмоции, репутация, культурный код и долгосрочные отношения с потребителями.

У каждого сильного бренда есть своя пирамида ценностей — от рационального функционала продукта до высших социальных смыслов. Именно она определяет, почему потребитель выбирает марку, и как бизнес закрывает материальные и ментальные потребности человека. В этой системе координат сам бренд становится высшей ценностью маркетинга — его вершиной и кульминацией, доступной только тем, кто смог наполнить продукт подлинными смыслами. Когда ориентиры общества и индустрии созвучны, российские бренды обретают силу, которая строится на понятных ценностях — преемственности, доверии, созидательном труде, принципах партнерства и взаимного уважения как внутри команд, так и в отношениях с потребителем.

В текущей ситуации важно понять, насколько представления бизнеса о сильном бренде созвучны тем ожиданиям, которые формируются в обществе. Какие принципы становятся фундаментом долгосрочного развития? Как меняется понимание доверия, ответственности, качества, устойчивости? Какие смыслы действительно способны объединять людей вокруг брендов, а не существовать только в коммуникационных стратегиях?

Именно поэтому одной из центральных тем осеннего «Дня Бренда» станет пирамида ценностей российских брендов.

Спикеры

Модератор

Алексей Толстого

«Национальный рекламный альянс»
генеральный директор

Алла Коренфильд

«Союзмультфильм»
директор по маркетингу, рекламе и PR киностудии

Ксения Сергачева

«Сбер»
бренд-директор

Ксения Седова

«НТС Градиент»
директор по маркетингу FMCG

Екатерина Власова

PresiDENT
директор по маркетингу

Ирина Зернышко

«Арнест ЮниРусь»
директор по маркетинговым коммуникациям, медиа и цифровой трансформации

Вера Курочкина

«Логика Молока»
вице-президент по связям с общественностью

Елена Быкова

Kenvue
директор по маркетингу

13:45 - 14:05 Кофе-брейк

14:05 - 15:25 Ценности без декораций: как маркетинг принимает решения в реальном мире

Сильный бренд строится не только на том, что он транслирует потребителю, но и на том, как маркетинг принимает решения, когда обещания приходится проверять реальностью. Растущие требования к эффективности бизнеса заставляют пересматривать привычные инструменты, подходы и саму роль маркетинга: важно понимать, какую задачу бизнеса решает каждое решение и как оно работает на стратегию роста в сложных условиях. Ценности бренда проявляются именно здесь: в выборе инструментов, отношении к качеству контакта с аудиторией, клиентском опыте и готовности бизнеса менять процессы ради заявленных принципов. Отдельный вопрос — где заканчивается декларация и начинается действие: совпадают ли обещания маркетинга с продуктом, сервисом и реальным опытом потребителя. Вместе с экспертами поговорим о том, как мыслить стратегически в меняющемся маркетинговом ландшафте, какие решения действительно укрепляют бренд и доверие к нему и какую роль маркетинг должен играть в определении движения бизнеса в 2027 году.

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 Медиамикс 2026–2027: перераспределение каналов и новый баланс

Высокая медиаинфляция, трансформация платформ и сдвиги в медиапотреблении заставляют бренды пересобирать сплит каналов. Эффективный медиамикс сегодня — это не присутствие везде, а точечный выбор инвентаря под задачи конкретной категории. Обсуждаем, как перераспределяются бюджеты между performance и брендингом, какие площадки показывают реальную отдачу и как адаптировать сплит к экономическим реалиям ближайших двух лет.

Спикеры

Модератор

Андрей Скачёк

«М.Видео»

директор по
маркетингу

**Юлия
Мещерякова**

Hoff

директор по
маркетингу

**Антон
Гайнутдинов**

«ВсеИнструменты.ру»

руководитель
департамента
интернет-
маркетинга

Василя Галдина

«Т-Реклама»

руководитель
направления по
развитию
рекламной
платформы

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

17:25 - 18:45 Диджитал-экосистема бренда: от охвата до бесшовного опыта

Цифровая среда сегодня — это не просто набор рекламных баннеров, а полноценное пространство взаимодействия с клиентом. Разберем, как бренду выстраивать собственное цифровое присутствие, объединять разовые диджитал-активации в связную экосистему, сохранять тональность коммуникации на сторонних площадках и превращать цифровые касания в долгосрочную лояльность.

Спикеры

**Данила
Вершинин**

«Бургер Кинг»

менеджер
цифровых медиа

Софья Белик

ЕМГ

digital-маркетолог

**Элвин
Музаффарли**

«Пикабу»

старший менеджер
по продажам

ЗАЛ 2

ЭФФЕКТИВНАЯ РЕКЛАМА

Даже самая сильная идея требует подтверждения цифрами. Как сегодня измеряется эффективность брендинга? Какие показатели действительно отражают долгосрочную ценность бренда, а какие работают только на краткосрочный результат? Разберем современные подходы к оценке рекламных инвестиций, инкрементальности, внимания, лояльности и бизнес-эффектов, которые помогают принимать стратегические маркетинговые решения.

Программа зала

9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе

10:20 - 10:30 Официальное открытие

10:30 - 12:05 Ретрансляция первого зала «Пирамида ценностей»

12:05 - 12:25 Кофе-брейк

12:25 - 13:45 ДТВ: доверяй, но промеряй

Ценность бренда создается там, где коммуникация складывается в единую систему. Поэтому главный вопрос сегодня уже не в выборе между TV и digital, а в том, как объединить эти контакты так, чтобы каждый из них работал на общий результат.

На сессии разберем ДТВ с практической стороны — от планирования до измерения результата и аргументации ценности подхода на уровне CEO.

Спикеры

Модератор

Анна Ускова

сейлз-хаус
«Эверест»

директор
департамента
продаж цифровых
ресурсов

Модератор

**Вадим
Гречишкин**

сейлз-хаус
«Эверест»

директор по
рекламным
продуктам

13:45 - 14:05 Кофе-брейк

14:05 - 15:25 Программа дополняется

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 Цифровая аналитика, верификация и эффективность рекламных кампаний

В фокусе — доказательство прозрачной эффективности маркетинга перед руководством и CFO. Разберем гибридное измерение инкрементальности, оценку здоровья бренда в реальном времени через ИИ-сигналы и транзакции, а также способы защиты от ИИ-фрода и рисков для Brand Safety.

Спикеры

Модератор

**Алина
Багурина**

«Веборама»

руководитель
отдела по дата-
продуктам

**Сергей
Никонов**

«Бургер Кинг»

руководитель
цифровых медиа

**Станислав
Дюков**

METRO

руководитель
направления по
онлайн маркетингу

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

17:25 - 18:45 Прагматичный ИИ в маркетинге: от экспериментов к жесткому ROI

Эра хайпа вокруг искусственного интеллекта уступает место жесткой экономике. Сегодня от ИИ ждут не красивых кейсов, а измеримой финансовой отдачи. Обсуждаем, какие решения в технологическом стеке брендов уже доказывают свою эффективность, а также где генеративные и аналитические модели реально сокращают TTM и генерируют ROI.

Спикеры

Модератор

Анна Платова
«ВкусВилл»
лидер по онлайн-маркетингу

Александр Орлик
независимый эксперт

Павел Никифоров
«СберМобайл»
директор по коммуникациям,
Член Альянса в сфере
искусственного интеллекта

ЗАЛ 3 ИНВЕНТАРЬ И ТЕХНОЛОГИИ

Технологии, данные и рекламный инвентарь перестали быть исключительно техническими категориями. Сегодня они напрямую влияют на восприятие бренда, качество потребительского опыта и эффективность коммуникации. Обсудим, как меняется рекламная инфраструктура, какие технологические решения помогают строить долгосрочные отношения с аудиторией и какие возможности открывают новые медиа, платформы и искусственный интеллект.

Программа зала

9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе

10:20 - 10:30 Официальное открытие

10:30 - 12:05 DSP без черного ящика: как выбрать платформу и управлять результатом

DSP обещают рекламодателям автоматизацию закупки, доступ к большому объему инвентаря, точный таргетинг и оптимизацию кампаний. Но возможности платформ, качество данных, уровень прозрачности и модели работы заметно различаются. Обсудим, как рекламодателю выбрать DSP под свои задачи, какие функции действительно влияют на результат и где проходит граница между эффективной автоматизацией и потерей контроля над бюджетом.

Спикеры

Модератор

Татьяна Ковалевская
(Долдо)
T2 AdTech
коммерческий директор

Иван Кирюхин
Bidease
операционный директор

12:05 - 12:25 Кофе-брейк

12:25 - 13:45 Бесшовный 360: какой инвентарь и технологии нужны рекламодателям прямо сейчас?

Кросс-канальность сегодня — это не просто присутствие во всех медиа, а единая сквозная связка данных, контента и технологий. На фоне роста e-commerce, Smart TV и AdTech-платформ рекламодателям нужны бесшовные механики, способные вести пользователя от первого контакта до покупки без потери конверсии. Обсуждаем, какой инвентарь станет самым эффективным в ближайший год, что медиарынок готов предложить брендам для построения умного 360-сплита и как объединить охватные и перформанс-инструменты в работающую систему.

Спикеры

Модератор

Гельмира Матвиенко

«Маревен Фуд Централ»

директор
департамента по
развитию категории
снеки (бренды
BigBon, RolRol)

Екатерина Саркисова

«Вкусно и точка»

старший менеджер
по
медиапланированию

Иван Попенко

ФСК

руководитель
группы диджитал
продвижения

Александр Ярощук

MediaGuru

директор по
развитию и
технологиям

Жанна Смолицкая

«Веборама»

исполнительный
директор

Сергей Прилуцкий

«Магнит Ads»

руководитель
направления по
работе с
поставщиками

13:45 - 14:05 Кофе-брейк

14:05 - 15:25 Программа дополняется

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 Каналы и рекламный инвентарь: жизнь после клика

Мировой тренд очевиден: классический поисковый и дисплейный трафик снижается. Пользователи получают готовые ответы прямо в ИИ-выдаче, переключаясь на Умное ТВ, маркетплейсы и закрытые экосистемы. Разберем, как меняется эффективный рекламный инвентарь, как адаптировать атрибуцию и брендовые метрики, если клиент больше не заходит на сайт, и какими инструментами сохранять ценность бренда в новой медиареальности.

Спикеры

Юлия Чистякова

Sintec Group

директор по
маркетинговым
коммуникациям

Анна Иванова

Rambler&Co

исполнительный
директор портала
«Рамблер»,
директор
департамента
контента и
технологий

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

17:25 - 18:45 PR-технологии и инвентарь: инструменты, которые усиливают ценность бренда

На смену классическим релизным рассылкам пришли технологичные инструменты управления репутацией. Нативная интеграция в ИИ-выдачу, работа с микромедиа, каналами в мессенджерах и блогерами в SMM, аналитика тональности в реальном времени — все это превращает PR в прозрачный драйвер капитализации бренда. Обсуждаем современный технологический стек пиарщика, способы оценки влияния репутации на бизнес и инструменты, которые защищают и усиливают бренд-платформу в эпоху информационного шума.

Спикеры

Модератор

**Мария
Телятникова**

ГК «Аскона»
руководитель
управления
креативных
проектов и
визуального
контента

**Сергей
Денисенко**

«ВсеИнструменты.ру»
PR-директор

**Екатерина
Хватова**

«Лемана Про»
PR-директор

**Юлия
Цыплакова**

«Глобал Дент»
PR-директор

Дарья Орешко

Flowwow
PR-директор

ЗАЛ 4

РЕКЛАМНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Любая коммуникация — это не только способ рассказать о продукте, но и возможность сформировать отношение к бренду. Какие идеи сегодня находят отклик у аудитории? Где проходит граница между модным сообщением и долгосрочной платформой бренда? Как говорить с людьми на языке доверия, культурного контекста и общих смыслов, сохраняя эффективность и коммерческий результат? В центре внимания — стратегии, креатив, контент и новые принципы построения коммуникаций.

Программа зала

9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе

10:20 - 10:30 Официальное открытие

12:05 - 12:25 Кофе-брейк

12:25 - 13:45 Бренд на скорости взгляда: как сохранить внимание, смысл и ценности

Сегодня у бренда все меньше времени, чтобы привлечь внимание аудитории, поэтому решение долгосрочных задач усложняется. А за быстрым контактом все равно должны оставаться узнаваемый образ, понятные ценности и эмоциональная связь с человеком.

Как совместить скорость современной коммуникации с задачами построения бренда? Как решать конкретные бизнес-задачи здесь и сейчас и одновременно работать на знание, доверие и долгосрочное отношение к бренду? И какие форматы позволяют быстро заинтересовать человека, не теряя за коротким контактом сам бренд и его смысл?

На сессии обсудим, как бренды адаптируют коммуникацию к новым сценариям медиапотребления, сохраняют свои ценности в разных форматах и находят баланс между быстрым результатом и долгосрочным эффектом. Разберем подходы и практические кейсы, которые показывают, как скорость коммуникации может работать на устойчивую связь бренда с аудиторией.

13:45 - 14:05 Кофе-брейк

14:05 - 15:25 Бренд как щит от медиаинфляции: инвестиции в имидж против сиюминутных продаж

В условиях потребительского пессимизма и удорожания инвентаря именно сила бренда позволяет сохранять маржинальность и снижать стоимость привлечения клиента. Обсуждаем, как обосновать окупаемость долгосрочных имиджевых инвестиций внутри бизнеса рекламодателя, противопоставить брендбилдинг сиюминутным перформанс-тактикам и найти идеальный баланс бюджетов в новых экономических реалиях, — сохраняется ли классическое правило 60/40 или рынку нужны новые пропорции?

Спикеры

Надежда Жуковская

«Медиалогия»

директор по связям с общественностью

Татьяна Пушкина

«Группа Лента»

бренд-директор

Анна Грибова

«Лемана Про»

операционный директор по маркетингу

Юлия Николаева

Mediascope

руководитель группы BrandPulse

Модератор

Ольга Зборовская

Digital Alliance

руководитель службы рекламных продуктов

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 Потребитель сегодня: работа с «выгоревшим» спросом

В условиях высоких ставок и бережливого поведения покупатель фильтрует инфошум и требовательно оценивает каждый контакт с брендом. Эмоциональные надстройки больше не продают сами по себе: чтобы оставаться убедительным, бизнесу приходится перестраивать пирамиду ценностей, опираясь на жесткую рациональную пользу. Разберем, как адаптировать ценностное предложение под «выгоревшего» потребителя, а также как замерять не сухую техническую видимость баннеров, а реальное внимание и вовлеченность аудитории с помощью метрик внимания.

Спикеры

Альбина Новак

Solção, SPLAT Global

бренд-директор

Даниил Хрусталеv

Sokolov

директор по маркетингу

Евгения Тильга

Oasis

директор по маркетингу

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

17:25 - 18:45 Внимание на нуле: как достучаться до перегруженного потребителя

Маркетинг в условиях гипершума и когнитивной усталости аудитории. Перегруженный инфошумом человек мгновенно фильтрует рекламу во всех каналах — от ТВ и наружки до диджитала и мессенджеров. Эксперты обсудят, как пробивать рекламную слепоту сегодня, пересобрать пирамиду ценностей бренда под мгновенное считывание пользы и удерживать фокус покупателя, выстраивая сквозную коммуникацию в новой медиареальности.

Спикеры

Модератор

Мария Корниенко

Mediamaker (Group4Media)

директор стратегического департамента

Анна Друкман

«Фабрик Косметик»

директор по маркетингу

Диана Абляева

«Бургер Кинг»

офлайн медиа лид

Марина Глущенко

Hoff

бренд-директор

Екатерина Ардатова

Arive makeup

старший продюсер

Варвара Басанович

«Столото»

директор по маркетингу и инновациям

Дмитрий Коптюбенко

LiveLib

стратег

ЗАЛ 5

РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДКИ

Площадки давно перестали быть только каналами размещения рекламы. Сегодня они становятся полноценными участниками формирования потребительского опыта, доверия и эффективности коммуникаций. Как меняется медиасреда? Какие модели взаимодействия с брендами становятся наиболее результативными? И какую роль в построении долгосрочной ценности бренда играют современные медиа, экосистемы и цифровые платформы?

Программа зала

9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе

10:20 - 10:30 Официальное открытие

12:05 - 12:25 Кофе-брейк

12:25 - 13:45 Программа дополняется

13:45 - 14:05 Кофе-брейк

14:05 - 15:25 Инфлюенс-маркетинг и контентные среды: от натива к конверсии

Работа с лидером мнений перестала быть просто покупкой интеграций — это управление экосистемой контента. Эксперты обсудят перераспределение бюджетов в пользу микроблогеров и нишевых авторов, интеграцию ситуативного маркетинга, создание собственных бренд-медиа и работу с новыми платформами для построения доверия и органик-охватов.

Спикеры

Модератор

Оксана Трофимова

медихолдинг «Юлии Высоцкой»

директор по стратегии и маркетингу

Дарья Рожко

«Иви»

старший менеджер по маркетинговым коммуникациям

Рустем Абдрахманов

«СберСпасибо»
руководитель PR

Кирилл Асташкин

Happyland (Laimon Fresh, Jaguar, Quantum, Genesis и др.)

директор по маркетингу

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 Ритейл-медиа: реклама в точке принятия решения

Торговые площадки и маркетплейсы окончательно превратились в мощный медиаканал, сочетающий охватные и перформанс-возможности. Обсудим, как использовать ритейл-медиа для построения имиджа и знания бренда, а не только для сиюминутных продаж, какие форматы и аналитические данные ритейлеров наиболее эффективны и как правильно встроить e-commerce-инвентарь в общий медиамикс.

Спикеры

Илья Соболевский

Inventive Retail Group

руководитель интернет-маркетинга

Антон Честных

Mediascope

менеджер продукта

Анна Захарова

Ozon Fresh

руководитель направления трейд-маркетинга и офлайн-коммуникации

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

17:25 - 18:45 Кросс-брендинг и медиаколлаборации: синергия смыслов и аудиторий

В условиях гиперинфляции внимания партнерские проекты становятся эффективным способом пробить рекламную слепоту и снизить стоимость контакта. Эксперты обсудят, как строить кросс-медийные коллаборации в ТВ, диджитале, офлайне и спецпроектах, как совместить бренд-платформы двух участников без потери идентичности и как измерить реальный бизнес-эффект от совместных кампаний.

Спикеры

Ольга Фирстова

«Абрау-Дюрсо»

директор по коммуникациям и связям с общественностью

Александр Игнатенко

«Спортс»

руководитель направления по работе с небеттинговыми клиентами

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

Программа зала

9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе

10:20 - 10:30 Официальное открытие

10:30 - 12:05 Рекламные кейсы (часть I)

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

Спикеры

Модератор

**Эльдар
Аннамамедов**
«Билайн Adtech»
директор
клиентского
сервиса

**Анна
Тарасенко**
Nutricia
Digital Marketing
Lead

**Александр
Старостин**
First Data
CEO и сооснователь

**Иван
Мерзликин**
«ИДС Боржоми»
руководитель
отдела
коммуникаций и
медиа

**Мария
Моржакова**
«Мон'дэлис Русь»
менеджер по
коммерческому
планированию
маркетинговых
программ в
розничных сетях

**Дмитрий
Новиков**
«Т-Реклама»
руководитель
развития рекламной
платформы

**Виктория
Тимонова**
MTC Ads Premium
Video
директор по
развитию

12:05 - 12:25 Кофе-брейк

12:25 - 13:45 Рекламные кейсы (часть II)

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

13:45 - 14:05 Кофе-брейк

14:05 - 15:25 Рекламные кейсы (часть III)

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

Спикеры

Модератор

Калерия Андреева

TACC

руководитель
управления
специальных проектов

Кирилл Сухачев

Hoff

руководитель
интернет-маркетинга

Александра Гилева

«Мон'дэлис Русь»

менеджер по
активации
маркетинговых
программ в
розничных сетях

Анастасия Луканова

Rustore

руководитель по
развитию
рекламного
бизнеса

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 Рекламные кейсы (часть IV)

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

Спикеры

Модератор

Роман Ибрагимов

AdIndex

ведущий
специалист по
работе с клиентами

Александра Подпорошникова

SPLAT Global

руководитель
отдела внешних
коммуникаций и
партнерского
маркетинга

Петр Стерлигов

«М.Видео»

руководитель
управления
маркетинговых
коммуникаций

Екатерина Макурина

Fix Price

руководитель
пресс-службы

Мария Крутько

Herbarus

старший бренд-менеджер чая с травами и травяных напитков

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

17:25 - 18:45 Рекламные кейсы (часть V)

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

Спикеры

Илья Фомичев

«А.Страхование»

начальник
управления
клиентских
коммуникаций

Юлия Зелепукина

«Вотур Мотор Рус»

заместитель
генерального
директора по
маркетингу

Руслан Низамов

AVA studio

основатель,
генеральный
продюсер

Арсений Самоделкин

AVA studio

сооснователь,
креативный
продюсер