



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 Реклама»
директор «Авито Рекламы» и стратегических партнерств

Артем Пуликов

MTC Ads
член правления, заместитель генерального директора, коммерческий директор

Мария Колосова

Group4Media
генеральный директор

Андрей Гостев

VK
операционный директор социальных сетей и монетизации

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.

Спикеры

Наталья Дементьева

«ЭКО-культура»

директор по маркетингу

Ольга Рублёва

United Partners

генеральный директор

Модератор

Максим Ермолаев

Media Instinct Group

управляющий диджитал-директор

Тигран Аракелян

Media Instinct Prime

директор по стратегическому консалтингу

Наталья Рожманова

Media Instinct Group

директор диджитал-юнита

Любовь Лемешева

«Сотекс»

руководитель отдела маркетинга безрецептурных препаратов

Александр Лебедев

ГК «ФСК»

директор по маркетингу

Марина Постникова

«Туту»

руководитель по медиапланированию и размещению рекламы

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

Василия Галдина

«Т-Реклама»

руководитель направления по развитию рекламной платформы

Кристина Лайус

«СберСеллер» и Perfluence

исполнительный директор

Александр Щипанов

«Арнест ЮниРусь»

Head of Digital

Александр Кушнарев

«Яндекс Реклама»

руководитель направления по развитию бизнеса клиентов в медийной рекламе

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

Модератор

**Дарья
Волохова**

T2 AdTech
директор по
маркетингу

**Олеся
Папакова**

«Майоли»
директор по
маркетингу

**Анастасия
Мейен**

СКБ «Контур»
бренд-директор

**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

Алексей Филия

«ГПМ Реклама»

заместитель
генерального
директора по
стратегии и
развитию
рекламных
продуктов

Илья Куценко

MDG

директор по ТВ-
баингу

**Татьяна
Постоева**

Okko

ведущий менеджер
по медиа

**Дмитрий
Карманов**

«Витрина ТВ»

генеральный
директор

Анна Планина

NMi Digital (NMi
Group)

генеральный
директор

Анна Дроздова

Platforma

руководитель
направления
Эдсервинг

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

Юрий Киреенко

«Арнест ЮниРусь»

Digital Innovations
Lead

**Анастасия
Леонтьева**

эксперт в области
стратегических
коммуникаций PR и
GR, пресс-
секретарь

Объединенная
двигателестроительная
корпорация
«Ростех»

**Ольга
Малышева**

«VK Реклама»

директор
направления
маркетинга и
внешних проектов

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

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

Игорь Мельник
«МегаФон»
старший менеджер
диджитал-медиа

Суена Ли
«Сетка»
Head of Brand

Леонид Марков
«Победа»
директор по маркетингу и
работе с клиентами

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

Анна Лукина
hh.ru
Head of Media Planning Offline

Иван Чехов
«МегаФон ПроБизнес»
руководитель направления по цифровым коммуникациям

Елена Кукарина
Russ
руководитель отдела развития программатик-продаж

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 Большой экран: пространство новых сценариев

Большой экран перестаёт быть только устройством для просмотра телевизионного и видеоконтента. Smart TV превращает его в полноценную цифровую среду, где рядом существуют классическое телевидение и стриминг, приложения, игры, спорт, социальные сервисы и другие сценарии. При этом они не просто конкурируют за время пользователя: разные типы активности всё чаще пересекаются и дополняют друг друга.

Для рекламного рынка это меняет сам взгляд на большой экран. Вопрос уже не только в том, как соединить масштаб классического ТВ с точностью CTV, но и в том, как бренду работать со всем пространством большого экрана: находить аудиторию в разных сценариях потребления, учитывать пересечение активностей и использовать новые точки контакта.

На сессии обсудим, как меняется роль большого экрана в жизни человека, за какие сценарии и время пользователя сегодня идёт конкуренция и какие возможности это открывает для брендов. Поговорим о классическом ТВ, CTV и Smart TV, данных, адресных технологиях и новых форматах взаимодействия. И попробуем ответить на главный вопрос: как превратить растущее пространство большого экрана в единую и управляемую среду для коммуникации бренда.

Спикеры

Модератор

Виктория Простякова

НРА

директор по
инновациям

Лариса Щипанова

НСК

руководитель
департамента
бизнес-аналитики,
маркетинга и
коммуникаций

Сергей Книжук

Starlab (ГК Starlink)

управляющий
директор

Михаил Зотов

Mediascope

директор по
развитию бизнеса

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

Модератор

**Василий
Большаков**

независимый
эксперт

**Юлия
Чистякова**

Sintec Group
директор по
маркетинговым
коммуникациям

Анна Иванова

Rambler&Co
исполнительный
директор портала
«Рамблер»,
директор
департамента
контента и
технологий

Алена Ткачева

MTC Ads
директор по
продажам
рекламным
агентствам

**Никита
Ничкалюк**

«ВКонтакте»
директор по
маркетингу

**Юлия
Лазарева-
Волкова**

RWB Media
руководитель
отдела по работе с
партнерами
платформы
продвижения

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**

Askona
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

«Медialogия»

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

Ольга Зборовская

Digital Alliance

руководитель службы рекламных продуктов

Модератор

Сергей Таболин

«Дзен»

директор по маркетингу и коммуникациям

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

Модератор

Альбина Новак
Solzão, SPLAT Global
бренд-директор

Даниил Хрусталеv
Sokolov
директор по маркетингу

Евгения Тильга
Oasis
директор по маркетингу

Марина Серебрякова
«Гранель»
бренд-директор

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 ИИ: недоиспользованный потенциал

Бизнес получает только треть возможного эффекта от внедрения ИИ, показало исследование «Сбермаркетинг» × Data Insight. Поделимся ключевыми выводами и обсудим, как измерять влияние от ИИ на ключевые бизнес-функции: маркетинг, продажи, операционную деятельность и HR. Поговорим о том, как внедрение ИИ трансформирует процессы с фокусом на маркетинг. Где компании упускают главные возможности, а где ожидания пока опережают реальность? Сверим выводы исследования с практикой и обсудим, как меняются подходы и требования к маркетингу в эпоху ИИ.

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

Рустем Абдрахманов

«СберСпасибо»
руководитель PR

Кирилл Асташкин

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

директор по маркетингу

Егор Хромов

«Яндекс Реклама»

руководитель направления по развитию продукта «Реклама в мессенджерах»

Анна Просветова

Be Creative Agency

креативный директор

Евгения Лысенко

«СберСеллер» и Perfluence

директор по стратегии

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-cpm-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

Алексей Омельченко

Sunlight Indoor

генеральный директор

Евгения Алейникова

«Яндекс UrbanAds»

руководитель агентского направления

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

Модератор

Александра Воронина
МоеVideo, MoeDSP
директор по коммуникациям группы брендов

Ольга Фирстова
«Абрау-Дюрсо»
директор по коммуникациям и связям с общественностью

Александр Игнатенко
«Спортс»
руководитель направления по работе с небеттинговыми клиентами

Марина Дрейзина
«Островок»
лидер направления спецпроектов и инфлюенс-маркетинга

Наталья Куликова
«Столото»
руководитель отдела маркетинга и развития опыта непрерывной игры

Анастасия Медведева
«ВсеИнструменты.ру»
бренд-директор

ЗАЛ 6

РЕКЛАМНЫЕ КЕЙСЫ

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 представляют 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 Аннамаедов

«Билайн Adtech»

директор
клиентского
сервиса

Анна Васильева

Kenvue

менеджер по
группе торговых
марок

Дмитрий Поветкин

«Авито»

руководитель по
маркетинговым
коммуникациям,
бренду и креативу
«Авито
Недвижимости» и
«Путешествий»

Александр Старостин

First Data

CEO и сооснователь

Анна Тарасенко

Nutricia

Digital Marketing
Lead

Мария Моржакова

«Мон'Элис Русь»

менеджер по
коммерческому
планированию
маркетинговых
программ в
розничных сетях

Дмитрий Новиков

«Т-Реклама»

руководитель
развития рекламной
платформы

Иван Мерзликин

«ИДС Боржоми»

руководитель
отдела
коммуникаций и
медиа

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 представляют 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

Мария Георгиевская

AdIndex

руководитель
отдела медиа и
контента

Любовь Лемешева

«Сотекс»

руководитель
отдела маркетинга
безрецептурных
препаратов

Денис Михалев

SkyAlliance

директор по
стратегии

Вита Севергина

«Билайн Adtech»

руководитель
направления по
работе с крупным
бизнесом

Анна Тарасенко

Nutricia

Digital Marketing
Lead

Светлана Сугацкая

«Глобал Дент»

директор по
маркетингу

Ольга Юдина

Easy Commerce

директор по
стратегическому
развитию

Елена Лошкарева

«НТС Градиент»

медиадиректор

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

Снежана Филатова

«Яндекс UrbanAds»

руководитель
коммерческого
маркетинга

Александра Гилева

«Мон'дэлис Русь»

менеджер по
активации
маркетинговых
программ в
розничных сетях

Анастасия Луканова

Rustore

руководитель по
развитию
рекламного
бизнеса

Елена Колганова

Russ

директор по
продажам в
регионах

Кирилл Сухачев

Hoff

руководитель
интернет-
маркетинга

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

Мария Крутько

Herbarus

старший бренд-
менеджер чая с
травмами и травяных
напитков

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

Илья Максимов

MobiAds

глава департамента
медиабайнинга

Максим Кочетов

MobiAds

глава департамента
медиабайнинга

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

**Юлия
Зелепукина**
«Вотур Мотор Рус»
заместитель
генерального
директора по
маркетингу

**Ольга
Дроздова**
«Шкулев Холдинг»
креативный
продюсер

Илья Фомичев
«А.Страхование»
начальник
управления
клиентских
коммуникаций

**Арсений
Самodelкин**
AVA Studio
сооснователь,
креативный
продюсер

Руслан Низамов
AVA Studio
основатель,
генеральный
продюсер