

Стекланный купол Зал «Реклама: Стратегия»		Пресс-зал Зал «Традиционная Реклама»		Зал на выставке Зал «Интернет-реклама»		Южный Зал Зал «Рекламные технологии»	
22 сентября 2015, 10:00–18:00							
10:30–12:00	РЕКЛАМА РОССИИ 2015: НОВЫЕ НАДЕЖДЫ И НОВЫЕ УГРОЗЫ • Борис Еремин , Глава Российского филиала Международной рекламной ассоциации (IAA) • Сергей Пилатов , Вице-президент Ассоциации коммуникационных агентств России. Президент Общественного совета по рекламе Санкт Петербурга • Дмитрий Потапенко , Предприниматель, Управляющий партнер, Management Development Group Inc.	ОТКРЫТИЕ СВОЕГО АГЕНТСТВА: НА ЧЕМ ФОКУСИРОВАТЬСЯ И КАКИХ ОШИБОК СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ В ПЕРВЫЙ ГОД? • Алексей Юров , Brains & Brands Komandor • Андрей Гавриков , Комплето • Евгений Гаврилин , Boomstarter • Роман Маслов , Inside Internet Agency	ТРЕНДЫ В ВЕБ-ДИЗАЙНЕ: КАК ВЫГЛЯДИТ И ЧТО ДЕЛАЕТ ИДЕАЛЬНЫЙ САЙТ 2015? • Коченов Григорий , AGIMA • Мария Павлина , Рекана	КОНФЕРЕНЦИЯ MAIL.RU • Александр Конев , Mail.ru • Дмитрий Школьников , Mail.ru • Никита Фоминов , Mail.ru • Юрий Ветров , Mail.ru			
12:30–14:00	РАЗБИРАЕМСЯ В ПОТЕМКАХ: ЧЕГО ЖЕЛАЕТ ДУША РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ В 2015 ГОДУ? • Андрей Милехин , РОМИР • Максим Муссель , ВЦИОМ • Ксения Лери , Trendsquire	ПОЧЕМУ ВЫ ДЕЛАЕТЕ ОТЛИЧНУЮ РЕКЛАМУ, НО ЭТО НЕ ПРИНОСИТ ПОЛЬЗЫ ВАШЕМУ БИЗНЕСУ? • Татьяна Широганова , Управляющий партнёр, Консалтинговая группа TCG • Олег Макаров , Старший партнер, Консалтинговой группы TCG	ЮЗАБИЛИТИ НА СЛУЖБЕ ПРОДАЖ: 25 СПОСОБОВ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ НА САЙТЕ • Павел Миловидов , Directiv • Тимофей Горшков , InSales • Олег Степанов , Inside Internet Agency • Денис Девятых , Origami				
14:30–16:00	РЕКЛАМА, МАРКЕТИНГ, ПРОДАЖИ - ЛЕБЕДЬ, РАК И ЩУКА В БИЗНЕСЕ. КАК ЗАСТАВИТЬ ИХ ДВИГАТЬСЯ В ОДНОМ НАПРАВЛЕНИИ? • Олег Мартьянов , Руководитель практики «Эффективность маркетинга», Nielsen • Екатерина Уколова , Основатель и генеральный директор, Oy-Li • Глеб Кащеев , Директор по развитию бизнеса, Sendsay	СНАЧАЛА БЫЛО СЛОВО... ЧТО С НИМ СТАЛО СЕЙЧАС? • Дмитрий Кот , Агентство продающих текстов • Татьяна Смирнова , Depositphotos	КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА: НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И АНАЛИТИКИ • Ольга Криль , i-Media • Костин Евгений , SeoPult • SAPE	ГЕН САМОРАЗВИВАЮЩЕГОСЯ ПРОДУКТА. КАК СОЗДАТЬ ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ БУДЕТ БЫСТРО РАСТИ И ЛЕГКО МАСШТАБИРОВАТЬСЯ • Руслан Татунашвили , Callbackhunter			
16:30–18:00	ПРАКТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ НАРАЩИВАНИЯ ПРОДАЖ В КРИЗИС: КЕЙС • Андрей Рукавишников , EBITDA Marketing • Эмиль Аманов , JivoSite.	АГЕНТСТВО, ЗАКАЗЧИК И КОНЕЧНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ: ОПРЕДЕЛЯЕМ СТОРОНЫ БАРИКАД. КАК НАЙТИ АГЕНТСТВО, КОТОРОЕ ОТВЕТИТ ЗА РЕЗУЛЬТАТ? • Павел Петриков , Binario • Ольга Дашевская , PR Inc. • Элина Павлова , Molinos	ТРЕНДЫ E-MAIL МАРКЕТИНГА 2015: КОНТЕНТ, ПОДПИСКИ И ЗАЩИТА ЯЩИКОВ • Алла Носкова , Edumarket • Юлия Савицкая , Mailigen • Александр Носач , DirectList	ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ В ДЕТАЛЯХ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СТАРЫХ ТЕХНОЛОГИЙ • Павел Иванов , B2Bbasket • Active Group • Евгений Иванов , TIU.ru			
23 сентября 2015, 10:00–18:00							
10:30–12:00	МАРКЕТИНГ В КРИЗИС: КАКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОЗВОЛЯЮТ НАРАЩИВАТЬ ПРОДАЖИ FMCG В КРИЗИС? • Григорий Трусов , Контакт-эксперт • Александр Лигер , Vi • Ксения Касьянова , Контакт-Эксперт	МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: ПРЕИМУЩЕСТВА MOBILE КАК РЕКЛАМНОГО КАНАЛА • Святослав Павловский , Mango Office • Никита Кузнецов , ArialIdea • Владимир Антошин , iVengo Mobile	УПРАВЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ РЕКЛАМЫ И МАРКЕТИНГА: КАК ПРАВИЛЬНО ИЗМЕРИТЬ, ЧТОБЫ ЛИШНЕГО НЕ ОТРЕЗАТЬ • Вадим Ширяев , СОМАР • Максим Кругов , Artics Internet Solutions	СЕКЦИЯ РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ 2.0: НОВЫЕ ТРЕНДЫ И ТЕХНОЛОГИИ • Юлия Шишмарева , директор по стратегическому планированию Point Passat • Панченко Надежда , директор по развитию Citymetria • Алёна Кремер , Управляющий партнер DPG. • Роман Галдин , генеральный директор SWIST			
12:30–14:00	СМЕНА КООРДИНАТ АКАДЕМИЧЕСКОГО БРЕНДИНГА : СОЗДАНИЕ БРЕНДА, ОСНОВАННОГО НА ТИПОЛОГИИ ЛИЧНОСТИ И ПАРАМЕТРАХ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ • Николаас Коро , RCB&B • Виктория Шиманская , RCB&B	МАРКЕТИНГ-МИКС 2015: ОПРЕДЕЛЯЕМ ГЛАВНЫЙ ТРЕНД • Александр Кисуленко , Партнер, EBITDA Marketing • Кирилл Писцов , CallTracking.ru • SAPE	ПОИСКОВОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ: НОВЫЕ СЛОЖНОСТИ И МАРШРУТЫ ИХ ОБХОДА • Михаил Беляев , TRINET • Сергей Никоноров , Ingate Digital Agency • Арсютин Дмитрий , SeoPult				
14:30–16:00	КАК НЕ ПУСТИТЬ РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ НА ВЕТЕР И НЕ ПОТЕРЯТЬ ПРОДАЖИ С ВХОДЯЩЕГО ПОТОКА ЛИДОВ? • Евгений Колотилов , Один из лучших бизнес-тренеров России по B2B-продажам • Андрей Пометун , Директор компании Task & Solution Marketing	РЕКЛАМА УМЕРЛА! ДА ЗДРАВСТВУЕТ КОНТЕНТ! ПРАВИЛА ВЫСТРАИВАНИЯ ВОРОНКИ ПРОДАЖ • Татьяна Смирнова , Depositphotos • Николай Охитин , DR.JUNG • Сергей Складаров , Arrow Media	SMM-2015: МАКСИМИЗАЦИЯ КОНВЕРСИИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ? • Самчук Виктория , i-Guru digital agency • Алена Люкшина , AGIMA • Артем Сова , ArrowMedia	СОЗДАНИЕ ЛИЧНОСТНОГО БРЕНДА, КАК СПОРТ • Татьяна Погосова , Компания LifeProject			
16:30–18:00	ВИДЕОХОСТИНГ КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ • Илья Балахнин , Paper Planes	ТРАДИЦИОННЫЕ НОСИТЕЛИ И МЕДИЙНАЯ РЕКЛАМА, А СТОИТ ЛИ? • Екатерина Шишкина , PRIOR • Джордж Макдональд , Бизнес-изобретатель, Автор Z-Card	КРАУДФАНДИНГ: КАК ВЫВЕСТИ НОВЫЙ ПРОДУКТ С ГАРАНТИЕЙ ПРИБЫЛИ? • Федор Мурачковский , planeta.ru • Кирилл Готовцев , PA Маньяко				
24 сентября 2015, 10:00–18:00							
10:30–12:00	РЕКЛАМА РЕКЛАМИСТА: ЗАЧЕМ НУЖЕН ЛИЧНЫЙ БРЕНД И КАК ЕГО СТРОИТЬ ПРАВИЛЬНО? • Кононова Екатерина , Лаборатория личного брендинга BAKE Pro	КАКАЯ УПАКОВКА ПРОДАЕТ? ЦВЕТ, ФОРМА, ОБРАЗЫ: ЛУЧШИЕ КОНЦЕПТЫ 2015 ГОДА • Арсен Даниэль , DCD • Ольга Попова , Ferma	КОНФЕРЕНЦИЯ АБКР. ДЕНЬ БРЕНДИНГА. 27 СЕЗОН БРЕНДИНГ НА ПАДАЮЩЕМ РЫНКЕ • Григорий Храбров , Brandson Branding Agency • Алексей Муразанов , Lineberger • Светлана Глушкова , Coruna Branding • Владлен Gladchenko , BRANDTIME	КОНФЕРЕНЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ АССОЦИАЦИИ МАРКЕТИНГА В РИТЕЙЛЕ ROPAI • Михаил Дымшиц , «Дымшиц и партнеры» • Вадим Чурсин , Мираторг • Вероника Комарова и Вадим Пашук , ССП «Про Ма» • Алексей Вагин , e.Queue			
12:30–14:00	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ PR • Ксения Трифонова , PR-директор MILDBERRY, вице-президент Российской Ассоциации по Связям с Общественностью (РАСО) • Инна Алексеева , PR Partner	НАУЧНЫЙ ПОДХОД К ТВОРЧЕСКОМУ ПРОЦЕССУ: КАКИЕ ЭТАПЫ ПРОХОДИТ ТВОРЕЦ НА ПУТИ К СОЗДАНИЮ ЧЕГО-ТО НОВОГО? (На статистике VIKENT.RU – крупнейшего портала Европы, посвящённого научному изучению творческих личностей) • Игорь Викентьев , Система ТРИЗ-ШАНС	КОНФЕРЕНЦИЯ АБКР. ДЕНЬ БРЕНДИНГА. 27 СЕЗОН ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ ПРОДАЖИ ПРОДУКЦИИ В СЕГМЕНТЕ FMCG • Алексей Фадеев , Depot WPF. • Андрей Горнов , Getbrand • Артём Маслов , Clever Branding • Алексей Царегородцев , REALPRO • Андрей Кожанов , Высшая школа брендинга (ВШБ), Front:Design				
14:30–16:00	ПЕРЕЗГРУЗКА ОТДЕЛА МАРКЕТИНГА: БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ, ПРОДВИЖЕНИЕ И КОМАНДА • Мария Гораконь , ANCOR Professional • Сергей Хомянин , Marketing Solutions	ВЗОРВАТЬ ИНТЕРНЕТ: КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ? ПРАКТИЧЕСКИЕ ИНСТРУМЕНТЫ СОЗДАНИЯ ВИРУСНОЙ РЕКЛАМЫ • Андрей Компанец , KeepItOK • Семен Зубков , PA Креативная братва	ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС: ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА У КРУПНОГО РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ. • Владимир Давыдов , Completo	КОНФЕРЕНЦИЯ ЖУРНАЛА «НАРУЖКА» НАГРАЖДЕНИЕ ПРИЗЕРОВ КОНКУРСА НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ «ЗНАК»			
16:30–18:00	БУДУЩЕЕ РУНЕТА: ОТ ПРОГНОЗОВ К РЕАЛЬНОСТИ • Анатолий Вассерман , Футуролог, эрудит, журналист, публицист, телеведущий	СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ КАК МОЩНОЕ ОРУЖИЕ В ДЕЛЕ КЛИЕНТОРИЕНТИРОВАННОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ БРЕНДА • Елена Бардина , REKANA • Николай Литвинов	ПРОДВИГАЕМ БИЗНЕС, А НЕ САЙТ / КАК БУДЕТ ВЛИЯТЬ SEO НА ПРОДАЖИ В 2016 ГОДУ • Андрей Баранов , Директор, Маркетинговая компания NBmarketing				