

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 Толстоган
«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

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 Толстоган
«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

Модератор

Наталья Дементьева
«ЭКО-культура»
директор по маркетингу

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

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

Василя Галдина
«Т-Реклама»
руководитель направления по развитию рекламной платформы

Кристина Лайус
«СберСеллер» и Perfluence
исполнительный директор

Александр Щипанов
«Арнест ЮниРусь»
Head of Digital

Илья Соболевский
Inventive Retail Group
руководитель интернет-маркетинга

Алексей Омельченко
Sunlight Indoor
генеральный директор

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

Данила Вершинин
«Бургер Кинг»
менеджер цифровых медиа

Софья Белик
EMG
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 ТВ 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 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, пересобирать 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»
оффлайн 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

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
Объединенная двигателестроительная корпорация «Ростех»
эксперт в области стратегических коммуникаций PR и GR, пресс-секретарь

Ольга Малышева
«VK Реклама»
директор направления маркетинга и внешних проектов

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

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

Денис Гнатенко
«Веборама»
директор по продуктам

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
независимый эксперт

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

Валентина Тарадайко
VK
директор по клиентскому опыту

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
HPA
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

Ольга Ледовская
DR Reddys
Lead of Marketing & Communication

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.

Спикеры

Модератор

Виктория Радецкая
Digital Alliance
коммерческий директор

Анна Добрянская
АНО «Национальные приоритеты»
руководитель дирекции интернет-проектов

Арсений Черкасов
«Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»
руководитель по медиакоммуникациям

Юлия Чистякова
Sintec Group
директор по маркетинговым коммуникациям

Екатерина Новикова
«Островок»
директор по маркетингу сервиса

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

Сергей Таболин
«Дзен»
директор по маркетингу и коммуникациям

Анастасия Стукалова
RWB
директор по развитию стратегии продаж и продавцов

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
Solzão, SPLAT Global
бренд-директор

Даниил Хрусталев
Sokolov
директор по маркетингу

Евгения Тильга
Oasis
директор по маркетингу

Модератор
Марина Серебрякова
«Гранель»
бренд-директор

17:05 - 17:25 Кофе-брейк

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.

Спикеры

Модератор
Антон Шаров
«Сбермаркетинг»
руководитель направления ИИ-решений для исследований и аналитики

Федор Вирин
Data Insight
партнер

Руслан Юсупов
Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ

Дмитрий Рейдман
«Ростелеком»
директор по развитию цифрового бизнеса

Ирина Золотова
БКС
экс-директор по маркетингу

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

Анна Просветова
Be Creative Agency
креативный директор

Мария Шарашкина
Perfluence
директор департамента реализации рекламных продуктов

15:25 - 15:45 Кофе-брейк

15:45 - 17:05 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 интелекта

Игорь Мельник
«МегаФон»
старший менеджер диджитал-медиа

Суена Ли
«Сетка»
Head of Brand

Александр Лебедев
ГК «ФСК»
директор по маркетингу

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
MoeVideo, MoeDSP
директор по коммуникациям группы брендов

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

Светлана Сугацкая
«Глобал Дент»
директор по маркетингу

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 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 Васильева
Kenvue
менеджер по группе торговых марок

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

Дарья Черепкова
VK
руководитель отдела продаж спецпроектов

Александр Старостин
First Data
CEO и сооснователь

Анна Тарасенко
Nutricia
Digital Marketing Lead

Мария Моржакова
«Мон'дэлис 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 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

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

Ольга Малышева
«VK Реклама»
директор направления маркетинга и внешних проектов

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
ТАСС
руководитель управления спецпроектов

Александра Гилева
«Мон'дэлис Русь»
менеджер по активации маркетинговых программ в розничных сетях

Анастасия Луканова
RuStore
руководитель по развитию рекламного бизнеса

Василий Кошкин
«Сбермаркетинг»
руководитель направления DAO

Елена Колганова
Russ
директор по продажам в регионах

Арсен Акавов
Mr. Kingsman
директор по маркетингу сети бутиков мужской одежды (г. Махачкала)

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

Мария Георгиевская
AdIndex
руководитель отдела медиа и контента

Мария Крутько
Herbarus
старший бренд-менеджер чая с травами и травяных напитков

Александра Подпоринова
SPLAT Global
руководитель отдела внешних коммуникаций и партнерского маркетинга

Петр Стерлигов
«М.Видео»
руководитель управления маркетинговых коммуникаций

Екатерина Макурина
Fix Price
руководитель пресс-службы

Максим Кочетов
MobiAds
глава департамента медиабаинга

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

Модератор

Мария Бордюг
«Купер»
руководитель группы по маркетинговым коммуникациям

Марина Семенова
ПАО «Авиакомпания «ЮТэйр»
начальник отдела контента и дизайна департамента продаж и маркетинга

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 Самоделкин
AVA Studio
сооснователь, креативный продюсер

Руслан Низамов
AVA Studio
основатель, генеральный продюсер

Екатерина Ковыда
Launcher
директор по развитию