



ДЕНЬ БРЕНДА

10 ОКТЯБРЯ 2025

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

ЗАЛ 1

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 «День Бренда»: смотрим в будущее

Рекламный рынок России вступил в новый цикл системных изменений. Меняются не только бюджеты и каналы, но и центры притяжения внимания потребителей: технологические платформы, e-commerce и экосистемы сегодня предлагают не просто структуры сбыта товара, а новые модели для бренд-коммуникаций.

Традиционные охватные медиа остаются востребованными, но становятся менее доступными для рекламодателей некоторых категорий — высокий спрос подстегивает инфляцию. Новые каналы требуют не только тестирования, но и переосмысления подходов к оценке эффективности влияния на потребителя. На рынке выходит новое поколение покупателей: «Альфа» и «Джензи» с новыми ожиданиями и моделями потребительского поведения. Маркетинг больше не может опираться на устоявшиеся догмы. Необходимы новые ориентиры: переоценка эффективности, отношения, основанные на доверии, и использование данных как фундамента решений.

На конференции «День Бренда 2025» лидеры рекламодателей, агентств, платформ, технологических компаний и ритейлеров обсудят трансформацию бюджетов, новые модели взаимодействия брендов и подрядчиков, индустриальные правила игры в новой реальности.

Каким будет маркетинг в 2026 году? Какие метрики станут решающими при выборе стратегий и бизнес-партнеров? Какие инструменты уже работают, а какие пока остаются в эксперименте? Эти вопросы определяют, как мы все смотрим в будущее: не как в абстракцию, а как в пространство решений, возможностей и роста для брендов и бизнеса.

Спикеры

Модератор

Ирина Зернышко
«Арнест ЮниРусь»
директор по маркетинговым коммуникациям

Василий Туровец
SkyAlliance
управляющий партнер

Ольга Барская
OMD OM Group
вице-президент по развитию

Елена Мельникова
MTS Ads
генеральный директор

Яков Пейсахзон
«Авито Реклама»
директор

Алексей Бахтеров
Media Instinct Group
президент

Елена Чичина
«Яндекс Реклама»
директор направления Сервисы

Татьяна Кащенко
VK
директор по работе с клиентами и агентствами

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Мультиэкранная экосистема: как брендам работать с новым телевидением

Телевидение остается самым мощным каналом воздействия на аудиторию и незаменимым инструментом для построения сильных брендов. При этом само понятие «большого экрана» кардинально трансформировалось: сегодня это экосистема, объединяющая линейное ТВ и Smart TV, мобильные и десктопные платформы, профессиональный контент собственного производства и совместные проекты со стримингами.

Эта эволюция открывает для брендов новые возможности. Технологичные решения позволяют не просто транслировать рекламу, а создавать многоуровневые коммуникации: от таргетированных сообщений и персонализированного контента до глубоких интеграций в сериалы и шоу. Специальные проекты, колаборации с видеоплатформами и инновационные форматы обеспечивают максимальную вовлеченность аудитории и долгосрочный эффект для бренда.

В рамках пленарной дискуссии лидеры индустрии, представители ведущих телеканалов и крупнейшие рекламодатели обсудят, как меняется медиапотребление и какие стратегии позволяют извлекать максимум из возможностей современного ТВ. Поговорим о развитии телевизионного контента, новых форматах взаимодействия с аудиторией и глобальных трендах, формирующих будущее телевизионного рынка.

Ключевой вопрос сессии: каким будет «большой экран» завтра и как брендам извлекать из него максимум эффективности?

Спикеры

Модератор

Лариса Щипанова
НСК
руководитель департамента бизнес-аналитики, маркетинга и коммуникаций

Ксения Ачкасова
Mediascope
исполнительный директор

Владимир Бабков
сейлз-хаус «Эверест»
генеральный директор

Михаил Горбунцов
Т-Банк
медиадиректор

Алла Миронова
ГК «Черноголовка»
медиадиректор

Мария Дворядкина
«Союзмультфильм»
генеральный директор телеканала «Мультиландия»

Валентина Ху
Dreame
директор по маркетингу

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Вокруг шум! Пять стратегий для брендов, чтобы звучать громче рекламы

Мир маркетинга — бесконечный поток сигналов, внимание потребителя — дефицитный ресурс.

Неважно, давно компания на рынке или борется за выход, — формула роста знания у каждого одинаково сложная. Отличие — в ключевом компоненте. Мы собрали лучших стратегов в медиарекламе и маркетологов известных брендов, которые расскажут про свой опыт поиска «пятого элемента» в условиях борьбы за внимание.

Спикеры

Модератор

Максим Ермолаев
Media Instinct Group
Chief Digital Officer

Александр Сироватский
Media Instinct Group
вице-президент по стратегии

Егор Лапыгин
Media Instinct Group
Client Service Director MI10

Нгуен Хай Иен (Мария)
«Маревен Фуд Сэнтрал»
директор по маркетингу

Максим Солдатов
KGM
руководитель медиа

Анастасия Порубаева
YOTA
руководитель направления по
брендам и маркетинговым
коммуникациям

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Медиасаммит: география маркетинга, химия коммуникаций

Медиаландшафт продолжает меняться — аудитория диктует новые правила игры, а рекламодатели ищут эксклюзивные пути к сердцам потребителей. Сегодня успех кампании определяется не размером бюджета, а глубиной понимания особенностей потребителя и грамотной стратегией, их учитывающей.

Современный потребитель живет в мультиканальной реальности, и каждый канал требует своего — исключительного — подхода к взаимодействию с аудиторией.

На медиасаммите ведущие эксперты из разных медиа вместе с крупнейшими рекламодателями обсудят актуальные вызовы массовых коммуникаций. Разберем, как меняются партнеры медиапотребления, почему локальная идентичность становится конкурентным преимуществом даже для федеральных брендов и какие стратегии помогают достучаться до аудитории в эпоху информационного шума.

От специфики контента для разных медиаканалов до региональных инсайтов — откроем формулу эффективной коммуникации в актуальной действительности.

Спикеры

Модератор

Александра Корнилова
HCK
заместитель руководителя
департамента бизнес-
аналитики, маркетинга и
коммуникаций

Сергей Книжук
Starlab (ходит в ГК Starlink)
управляющий директор

Елена Батракова
HPA
заместитель генерального
директора HPA по работе с
регионами

Илья Шершуков
Admetrix
генеральный директор

Юлия Андрюшова
«ПМ Радио»
эксперт «ПМ Реклама»,
директор департамента бизнес-
коммуникации и аналитики

Мария Чеканова
Health&Nutrition
директор по маркетингу

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 2

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Медиамикс 2025: как в период кризисной экономики не терять эффективность рекламы. Тренды и опыт крупных брендов.

Рассмотрим глобальный 360-градусный подход к планированию рекламы, который позволяет эффективно распределять бюджет, объединяя медийную рекламу, блогеров и социальные сети в единую стратегию.

Спикеры поделятся опытом создания медиамикса для запуска новых продуктов, включая выбор последовательности каналов и оптимальное распределение между ними.

Обсудим, как изменения в рекламной среде влияют на стратегии медиамикса, а также появление новых, неожиданных каналов, которые могут стать эффективными инструментами для достижения целей брендов.

Спикеры

Модератор

Татьяна Ковалевская
(Долдо)
MTC Ads
директор департамента продаж

Модератор

Юлия Гарбузова
MTC Ads
директор по продажам
рекламным агентствам

Марина Гаршева
RWB (Russ & Wildberries)
медиаменеджер

Арсений Черкасов
**«Останкинский
мисоперерабатывающий
комбинат»**
руководитель по онлайн-
продвижению

Анна Платова
«ВкусВилл»
лидер по онлайн-маркетингу

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

Григорий Новиков
**АНО «Национальные
приоритеты»**
директор по развитию

Елена Логунова
«Байкал Аква»
директор по маркетингу

Дмитрий Быркин
Mera by Okkam
директор по медиа продуктам и
стратегии

Ольга Вороватова
«Дикси»
руководитель отдела Digital-
продвижения

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 От бумаги к пикселям: как наружная реклама стала каналом с измеримой эффективностью

Обсудим трансформацию индустрии наружной рекламы. Центральная тема дискуссии — измеримость наружной рекламы — объединяет всех участников рынка: рекламодателей, агентства, владельцев инвентаря и технологические компании. Недостаточная измеримость является фундаментальной проблемой, ограничивая потенциал канала и сдерживая бюджеты рекламодателей. Эксперты обсуждают новые решения и подходы в оценке эффективности наружной рекламы.

Спикеры

Модератор

Сергей Стрелкин
OOHDESC
исполнительный директор

Александр Хасия
ОТП Банк
Media lead

Илья Шершуков
Admetrix
генеральный директор

Валерия Ткач
Vision
генеральный директор
исследовательского агентства

Борис Саленко
«Яндекс»
руководитель направления
цифровой наружной рекламы

Георгий Остапенко
SAMBA by Okkam
генеральный директор
платформы

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Измеряемость и эффективность в новых реалиях

Как меняется подход к оценке рекламных инвестиций в трансформирующемся рынке? Эффективность больше не сводится к стандартному набору метрик. Экосистемы становятся медиаплатформами, e-commerce берет на себя задачи брендинга, классические медиа дорожают — и все это требует переосмысления того, как мы оцениваем результат.

Что считать успехом: знания, клики, продажи, внимание? Как работают атрибуции в мультиканальной логике? Что делать в условиях закрытых данных и отсутствия единой панели?

В этой секции практики и аналитики обсудят:

- как компании сегодня строят маркетинговую аналитику;
- какие инструменты реально работают в российских реалиях;
- как меняется баланс между перформансом и медийностью;
- какие показатели становятся ключевыми при планировании 2026 года.

Речь пойдет не только о цифрах и технологиях, но и о зрелости — когда измеряемость становится не формальностью, а точкой роста.

Спикеры

Модератор

Евгений Пшеничнов
ex «Самолет»
руководитель направления
охватных digital медиа

Павел Вавилов
T2
руководитель отдела по
продвижению цифрового
маркетинга

Андрей Сазонов
MAY Brands
Директор по маркетингу и
стратегии

Борис Базанов
«О'КЕЙ»
Digital директор

Анастасия Стукалова
RWB Media
директор по развитию стратегии
продаж и продавцов

Евгения Лысенко
«СберСеллер», Perfluence
директор по стратегии

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 3

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 Бренд не в ТОП-250, а рекламироваться надо

Средние и малые бренды сталкиваются с вызовами: ограниченные бюджеты, медиаинфляция и конкуренция с лидерами рынка. Как выделиться, когда ресурсы ограничены, а внимание аудитории становится все дороже?

В этой дискуссии мы разберем, как небольшим брендам конкурировать за внимание в 2025 году. Что эффективнее: микротаргетинг в Telegram и соцсетях или попытка массового охвата? Какие метрики — от CPA до вовлеченности — действительно отражают результат? Как выбирать каналы и оптимизировать затраты в условиях роста стоимости медиа?

Маркетологи, аналитики и практики поделятся кейсами, в которых эффективность достигалась не за счет масштабов, а за счет точности, гибкости и глубокого понимания своей аудитории.

Спикеры

Модератор

Оксана Трофимова
независимый эксперт

Оксана Карпухина
Gulliver Group
Executive Director

Александр Ярошук
MediaGuru
Директор по развитию и
технологиям

Денис Кобялко
«Яндекс Доставка»
CMO

Анна Захарова
Ozon fresh
руководитель направления
маркетинга

Виолетта Юрьева
Divage
директор по маркетингу

Александр Кушнарев
«Яндекс Реклама»
эксперт по развитию бизнеса
медицинской рекламы

Елена Кукарина
RWB Media
руководитель отдела развития
программатик-продаж Russ

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Омниканальность 2025-26: персонализация, данные и новые точки контакта

Бренды стремятся выстраивать бесшовное взаимодействие с потребителями во всех средах — от медиаэкосистем и e-commerce до онлайн-ретейла и сервисных приложений. Омниканальность больше не сводится к интеграции каналов: ключевыми становятся данные в реальном времени, персонализация и согласованность customer journey, где digital и physical точки соприкасаются и усиливают друг друга. Но вместе с возможностями растут и вызовы. Разнообразие экосистем усложняет координацию кампаний, интеграция данных требует новых решений, а измерение эффективности и управление бюджетами становятся чувствительнее на фоне медиадефляции в одних сегментах и инфляции в других. Эксперты — маркетологи, агентства и площадки — обсудят, как бороться с фрагментацией аудитории, сохранять консистентность сообщений в разных каналах и какие стратегии реально работают на ROI. Отдельное внимание будет уделено прогнозам на 2026 год, когда новые технологии и форматы коммуникаций сделают конкуренцию за внимание потребителя еще острее.

Спикеры

Модератор	Модератор	Денис Шевченко «М.Видео-Эльдорадо» директор по маркетингу	Оксана Митягина крупная международная фармацевтическая компания руководитель подразделения омниканального маркетинга	Екатерина Костылева Mediamaker (Group4Media) бизнес-партнер по развитию новых технологий и продуктов
Марина Сафонова Health&Nutrition директор направления по цифровым коммуникациям	Сергей Михайлов Sber Devices директор по маркетингу			
Артем Пуликов MTC Ads коммерческий директор	Андрей Егоров «Пятерочка» директор по стратегическому маркетингу	Яна Гузнова VK директор интегрированных проектов	Алина Багурина Webaroma руководитель отдела по Data продуктам	

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Smart TV / CTV: Большой экран в эпоху малого внимания

Smart-TV трансформировался из простого экрана в многомерную экосистему, где контент, сервисы и реклама сплетаются в единое цифровое пространство. Динамичный рост телевизионного рынка России открывает перед брендами целый спектр стратегических возможностей — от продвижения мобильных приложений до стимулирования продаж товаров любой категории.

Smart-платформы дают рекламодателям инструменты таргетинга, programmatic-закупок и кросс-канального планирования. Для брендов это уже не просто размещение рекламы, а возможность встроиться в повседневные сценарии аудитории, использовать интерактив и персонализацию, а также видеть эффективность кампаний в реальном времени.

Главный вопрос: преодолеет ли Smart TV парадокс малого внимания и станет ли центром цифровой медиастратегии брендов в 2026 году?

Спикеры

Модератор	Зара Гюльметов Adspector операционный директор	Софья Мелентьева Premier старший менеджер по маркетинговым коммуникациям с вендорами	Дмитрий Никонов Haier управляющий директор по телевизионному бизнесу	Артем Аманов «Купер» руководитель отдела медиакоммуникаций
Марат Юлгушев Adspector генеральный директор				
Константин Кобцев SkyAlliance Digital Buying Director	Дмитрий Филатов MOEX руководитель направления Digital рекламы	Владислав Петров Platforma руководитель направления «Рекламный программатик»		

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Digital 2025: технологии, эффективность и бренды

Российский digital-рынок в 2025 году переживает новый этап зрелости. Он стал высококонкурентным: стоимость инвентаря растет, регулятор усиливает давление, а рекламодатели заново учатся считать эффективность и искать каналы с максимальной отдачей.

Ключевым фактором трансформации стали технологии. Автоматизация и adtech-решения уже меняют медиапланирование, а ИИ перестал быть трендом и стал рабочим инструментом: генерирует креативы, прогнозирует поведение аудитории и сокращает издержки. Martech-платформы помогают брендам выстраивать новые модели работы с данными и управлять коммуникацией в реальном времени.

В дискуссии мы рассмотрим успешные примеры брендов, которые используют новые инструменты digital для роста, и обсудим, как измерять реальную эффективность в условиях медиаинфляции и какие стратегии позволяют извлекать конкурентное преимущество из быстро меняющегося рекламного ландшафта.

Спикеры

Модератор	Михаил Щеткин Soloway директор по развитию	Наталья Куликова «Столото» руководитель отдела маркетинга и развития опыта непрерывной игры	Александр Папков группа АДВ директор по инновациям	Никита Яппаров VK руководитель отдела Качества рекламы	Кирилл Владимирович «Москва+» Media Manager
	Юлия Чистякова Sintec Group директор по маркетинговым коммуникациям	Анастасия Романова Glorax руководитель отдела рекламы			

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 4

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Самые дорогие: как сегодня продвигать нишевые категории

Когда речь идет о продвижении в B2B-среде, среди топ-менеджеров, АПР-ов, состоятельных миллиенials или премиальных «ДженЗи», классические массовые стратегии теряют эффективность. Нишевые категории требуют точной настройки: продуманных каналов, высокого уровня контента, правильного тона и особой архитектуры доверия. Здесь важны не охваты, а глубина и контекст. А значит, ключевыми становятся вопросы:

- как строить премиальную коммуникацию в цифровой среде, где правит скорость и алгоритм;
- как говорить с теми, кто сам принимает решения и видит все рекламные ходы насквозь;
- как не перегреть бренд, сохранив чувство дистанции и статуса;
- какие инструменты действительно работают, когда стоимость одного контакта кратно выше средней по рынку.

В этой секции мы поговорим о маркетинге для самых требовательных: от B2B до тяжелого люкса, от CEO до новой волны premium-oriented потребителей. Где заканчивается просто «дорого» — и начинается «по-настоящему ценно».

Спикеры

Модератор

Анна Цыпцына
сфэйл-хаус «Эверест»
директор по продажам ТВ-спонсорства

Андрей Алексеев
«МТС Медиа»
директор по маркетингу и развитию бизнеса

Ляля Шовкринская
«Панавто»
директор по маркетингу

Ирина Татаринова
Flowwow
бренд-директор

Анастасия Медведева
«Все Инструменты.ру»
бренд-директор

Анна Жукова
«OMD Resolution»
директор по развитию

Петр Митюшкин
«Soloway»
директор по рекламным продуктам

Алина Силенко
«Авто Реклама»
директор клиентского сервиса

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Фокус на Gen Z. Как выстроить коммуникацию и завоевать сердца молодежи в условиях рекламного клаттера

Секция о самом требовательном и переменчивом поколении. Мы разберём, какие ценности и культурные коды определяют выбор Gen Z, и почему брендам недостаточно просто «быть в тренде».

На примере кейсов крупнейших компаний покажем подходы в коммуникации, которые реально работают.

А также обсудим стратегии и подходы, которые позволяют быть не просто заметными, а значимыми для молодежной аудитории.

Спикеры

Модератор

Игорь Краснов
MaxMediaGroup
генеральный директор

Екатерина Иванова
«Альфа-Банк»
начальник управления молодёжного маркетинга

Валерий Белоусов
OZON
Head of Offline Media Planning

Юрий Денисов
Insight Expert
генеральный директор

Ольга Бабкина
«МегаФон»
руководитель направления по традиционным медиа, спонсорству и партнёрству

Макс Брандт
медиа-менеджер, фуд-блогер

Юлия Ломако
«Магнит»
директор департамента по маркетинговым коммуникациям

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Креативный маркетинг: запрос на «большую идею»

Цифровизация и автоматизация сделали медиапланирование максимально предсказуемым, а технологии искусственного интеллекта уравняли базовый уровень контента. В условиях, когда инструменты становятся доступными для всех, именно big ideas превращаются в главный источник конкурентного преимущества брендов.

Мировые исследования подтверждают: компании, инвестирующие в креативный маркетинг, демонстрируют более высокие показатели роста и удержания аудитории. В центре внимания — не просто «рекламный креатив», а интеграция идей в стратегию бренда, продуктовый дизайн, пользовательский опыт. Это новый уровень синергии креатива и маркетинга, где инсайт важнее медиабюджета, а сильная концепция работает на долгосрочную капитализацию бренда.

Эксперты, маркетологи и рекламисты обсудят, как в новой медиасреде формируется запрос на большие идеи и что отличает успешные кейсы: способность создавать концепции, которые работают одновременно в коммуникации, в продукте и в бизнес-результатах.

Спикеры

Модератор

Екатерина Лошкарёва
«Остров Мечты»
заместитель генерального директора по маркетинговым коммуникациям

Наталья Тихонова
«Дикси»
руководитель управления рекламными коммуникациями

Марина Глушенко
Hoff
руководитель отдела по управлению бренда

Антон Березин
PresIDENT
бренд-директор

Эльдар Джинчарадзе
DDB Navigator
креативный директор

Кирилл Курнаков
JAMI LUP SPORT
руководитель отдела BisDev

Александр Кадыкеев
VOVA family, part of JAMI LUP
CEO

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 5

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 Рекламные кейсы (I часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представляют маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры

Модератор

Иван Мерзликин

ИДС «Боржоми»

руководитель направления коммуникаций и медиа

Ирина Фетисова

группа компаний «Родная Речь»

стратегический директор практики Brand Experience

Ксения Борисевич

группа компаний «Родная Речь»

старший стратег практики Brand Experience

Кирилл Павлов

VK

руководитель группы по работе с клиентами

Анна Баум

«РОКВУЛ»

директор по маркетингу

Анна Платова

«ВкусВилл»

лидер по онлайн-маркетингу

Наталья Жестарева

«Сибирская коллекция»

директор по маркетингу

Виктория Радецкая

Digital Alliance

коммерческий директор

Наталия Тихонова

«Дикси»

руководитель управления рекламными коммуникациями

Екатерина Гусакова

OMD

Digital Group Head

Валерия Сенчуррова

«ВсеИнструменты.ру»

руководитель отдела социальных медиа

Мария Опритова

«Яндекс Ритм»

руководитель продукта

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Рекламные кейсы (II часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представляют маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры

Модератор

Яна Григорьева

SkyAlliance

PR-директор

Карина Раджабова

Cofix

директор по маркетингу

Полина Киндыкова

«Мон'дэлис Русь»

менеджер по коммерческому планированию специальных маркетинговых программ

Сергей Жуков

«Аскона»

Head of Performance Marketing

Алина Дегтяренко

Ozon

менеджер по работе с ключевыми клиентами

Егор Варавин

DIGITAL TWIGA

руководитель группы по работе с клиентами

Мария Моржакова

«Мон'дэлис Русь»

менеджер по коммерческому планированию маркетинговых программ в различных сетях

Станислав Щербаков

Gnezdo. online

Founder, CEO

Олеся Нагорная

ГПМ Реклама

руководитель отдела продаж и коммуникаций с каналами ТНТ и ТНТ4

Дарья Кутырева

Media Instinct Group

директор по диджитал-спецпроектам

Алексей Гуревич

Fix Price

начальник отдела рекламы

Яна Зиновьева

Т-Банк

руководитель направления ТВ-спонсорства

Лилия Гаджиева

PINPAI

генеральный директор

Карина Кмытюк

T2

старший менеджер по присутствию бренда в социальных сетях и спецпроектам

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Рекламные кейсы (III часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представляют маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры

Модератор

Ирина Фетисова

группа компаний «Родная Речь»

стратегический директор практики Brand Experience

Наталья Крылова

сейлз-хаус «Эверест»

ведущий продюсер направления продакт плейсмент

Наталья Жестарева

«Сибирская коллекция»

директор по маркетингу

Елена Васькина

«Мон'дэлис Русь»

старший менеджер по коммерческому планированию специальных маркетинговых программ

Петр Середкин

VK

руководитель отдела по развитию продукта

Евгения Конина

«МегаФон» и Yota

менеджер по интернет-маркетингу

Екатерина Николаенко

«Мон'дэлис Русь»

менеджер по планированию и запуску программ с дополнительной ценностью в различных сетях

Илья Федотов

«Авто Реклама»

руководитель направления «Телеком»

Ксения Болендер

«Арнест ЮниРусь»

брэнд-менеджер Repearat

Алина Сухарева

«Арнест ЮниРусь»

менеджер по цифровым технологиям

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Рекламные кейсы (IV часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представляют маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры

Модератор

Александр Щипанов
«Арнест ЮниРусь»
Head of Digital

Юлия Зелепукина
JETOUR
директор департамента брендинга

Эльвира Сафаева
Aderving
коммерческий директор

Кристина Лайус
«Сберсэллер»
директор по коммуникациям и развитию партнерских отношений

Максим Петренчук
Social Stars
основатель

Дмитрий Свительский
PlayVista
генеральный директор

Алина Агапова
Future Lab (входит в ГК Starlink)
Digital Product Director

Софья Логашева
«ВсеИнструменты.ру»
ведущий интернет-маркетолог

Кирилл Борисов
Realweb
директор по клиентскому сервису

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 6

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представляют актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры

Модератор

Маргарита Модникова
Ozon
менеджер по работе с ключевыми клиентами

Юрий Киреенко
«Арнест ЮниРусь»
руководитель направления digital-инноваций

Наталья Попутникова
Okkam Trade Marketing
руководитель по консалтингу

Денис Мартынов
Astrum Entertainment
менеджер по партнерскому маркетингу

Юлия Сараева
MediaSniper
коммерческий директор

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представляют актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры

Модератор

Никита Карасев
группа компаний «Родная Речь»
руководитель направления по внедрению искусственного интеллекта

Ксения Киселева
METRO
руководитель дивизиона маркетинга по взаимодействию с различными потребителями

Маргарита Макжанова
METRO
руководитель отдела развития бренда

Ольга Вязовская
DV GROUP
Founder

Анна Курочкина
LADA
директор по маркетингу

Юлия Рубцова
сейлз-хаус «Эверест»
руководитель проектного офиса

Екатерина Дианская
AMDG
директор по продажам

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представляют актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры

Модератор

Олеся Теплова
LOOKY
PRD

Ольга Зборовская
Digital Alliance
руководитель службы рекламных продуктов

Олеся Чечик
X5 Media
коммерческий директор

Геннадий Нагорнов
Genius Group & Pharmatic
Founder & CEO

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представляют актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры

Модератор

Евгений Голуб

Digital Alliance

заместитель руководителя
службы рекламных продуктов

Альберт Усманов

The Um Agency

Owner

Павел Буданов

Between Exchange

генеральный директор

Мария Корсунская

KDLI Медскан

директор по маркетингу сети
лабораторий

Ионицкий Станислав

HONGQI RUS

директор по маркетингу

Александра Копылова

Easy Commerce
(технологический партнер
Okkam)

директор по продуктам

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ДЕНЬ БРЕНДА ПЛЮС

Вечерняя программа с актуальными дискуссиями, лекциями и аналитикой.

Доступна всем гостям конференции. С 17:40 во всех залах.

Комьюнити по интересам: новые подходы работы маркетинга с потребителями в ролевой модели «Увлеченный человек»

Спорт, культура, хобби — это сферы, где люди наиболее увлечены, мотивированы и объединены общими ценностями. Здесь они находят единомышленников, выстраивают ритуалы и ощущают себя частью комьюнити. Для брендов это не просто аудитория, а пространство возможностей: увлеченный человек открыт к диалогу, он ищет новые эмоции, сервисы и смыслы, готов разделять их с теми, кто разделяет его страсть.

В условиях высокой конкуренции на российском рынке, где за внимание и кошелек потребителя борются производители, ретейл, медиа и сервисы, именно такие сообщества становятся одним из немногих «незаполненных» каналов коммуникации. Работа с ними давно вышла за пределы классического спонсорства или SMM: сегодня бренду важно встроиться в жизнь комьюнити — через сторителлинг, постоянный диалог, полезные сервисы и соавторство достижений.

«Увлеченный человек» не только мотивирован, но и счастлив. А значит, бренд способен не просто продать продукт, но и разделить ценности, вдохновить и стать частью дела его жизни. Как этого достичь? Как строить партнерство с лидерами и рядовыми участниками сообществ? Об этом поговорим в дискуссии.

Спикеры

Модератор

Иван Данюшкин

«Родник»

директор по маркетингу

Галина Бибик

«СберСпасибо»

Head of Trade Marketing
Department

Андрей Поляков

realme

руководитель по маркетингу

Мария Новикова

«Шкулев Холдинг»

директор по организации и
продаже мероприятий

Михаил Смышляев

Easy Media

основатель и генеральный
директор

Александра Бондарь

проект «Сделано в Москве»

руководитель отдела PR и
рекламы

Евгения Шубина

«РОСМЭН»

digital-директор

Где найти инсайты, которые работают

Брендам сегодня недостаточно классических опросов или стандартных метрик. На первый план выходят методы, которые помогают объяснять мотивацию потребителей, выявлять скрытые паттерны поведения и находить новые источники роста. Персонализация, омниканальные сценарии и влияние технологий делают задачи маркетологов сложнее — и одновременно стимулируют поиск свежих идей и инструментов.

Современный маркетинг рисует — это уже не отчеты, а наука о том, как соединять разные источники данных, технологии искусственного интеллекта и качественные методы для построения целостной картины. Важнее становится не просто фиксировать поведение, а понимать контекст и интерпретировать сигналы: от big data и соцсетей до этнографических наблюдений и экспериментальных подходов.

В фокусе — и внутренняя архитектура исследовательской экспертизы в компаниях: какие практики формируют этот блок внутри маркетинга, какие ноу-хау позволяют получать более точные инсайты, какие тренды видят исследователи в работе с данными. Отдельная ценность дискуссии — практические советы и рекомендации коллегам, которые помогают адаптироваться к новым условиям и выстраивать эффективные исследовательские процессы.

Спикеры

Модератор

Илья Фомичев

«АльфаСтрахование-Жизнь»

руководитель отдела онлайн-
коммуникаций

Марина Синило

«СберМаркетинг»

руководитель направления
развития аналитики

Денис Бурцев

«бигайнер»

начальник отдела медиа и
гейминга

Маруся Нерсесян

ORO

директор по развитию Digital &
Media

Полина Воронина

Flowwow

директор направления B2B-
маркетинга

Денис Михалев

SkyAlliance

директор по стратегии

Елена Чебан

Media Instinct Group

лидер практики

Мария Шарашкина

Perfluence

директор по реализации CPA-
продукта платформы

Ретейл-медиа и e-commerce: взгляд в будущее

Первая половина 2025 года стала знаковой для e-commerce и ретейл-медиа: на рынок вышли новые игроки из ретейла и бигтеха, предложившие рекламные возможности для крупных брендов и агентского рынка. Конкуренция обостряется — площадки запускают рекламные кабинеты, новые форматы и инструменты, формируют условия для системной работы с инвентарем. Кажется, что процесс замещения недоступного иностранного инвентаря последних лет наконец завершен — так ли это на самом деле? В секции обсудим с экспертами, с чем выходят к сезону сделок владельцы площадок, чего ждут рекламодатели и как будет развиваться сегмент в новом году.

Спикеры

Модератор

Елена Мельникова
«MTS Ads»
генеральный директор

Дмитрий Русов
«Магнит ADS»
СРО

Василий Максименко
dresscode. ai
директор по контенту

Павел Петров
«Купер»
директор рекламной коммерции

Анатолий Галенко
«Самокат»
руководитель группы
партнерского маркетинга

Станислава Коллавини
METRO
руководитель отдела
интеграционного маркетинга и
стратегических партнерских
программ

Сергей Юрченко
X5 Media
директор по стратегическому
развитию рекламных продуктов

Мария Горобец
4FORMS
директор по маркетингу
российского фешен-бренда

PR на максимум: отnano-инфлюенсеров до nano-кризисов

Роль PR в бизнесе продолжает меняться — на фоне фрагментации медиасреды, роста инфлюенсер-экономики и кризиса доверия к информации. Вместо централизованных каналов — экосистемы nano- и микроаудиторий. Вместо заранее прописанных стратегий — постоянная адаптация к контексту. Вместо классического антикризиса — работа в условиях постоянного reputационного напряжения.

В центре дискуссии — новые вызовы и инструменты PR в 2025 году:

- Каким должен быть PR в эпоху снижения доверия к медиа, брендам и институциям?
- Как изменились антикризисные подходы в условиях ускоренных циклов потребления информации и эмоционального восприятия аудитории?
- Как эффективно работать с микро- и nanoинфлюенсерами, обеспечивая управляемость и возврат на инвестиции?
- Что значит «адаптироваться к ИИ-сторителлингу» и как сохранить контроль над визуальным и смысловым представлением бренда?
- Как брендам выстраивать диалог с «Джензи», избегая менторства и не теряя reputационного веса?

Участники сессии обсудят лучшие практики работы с распределенными сообществами, новые подходы к визуальной и смысловой коммуникации, инструменты профилактики и управления reputационными рисками. Особое внимание будет уделено PR как функции, обеспечивающей устойчивость бренда в условиях высокой турбулентности и информационного шума.

Спикеры

Модератор

Надежда Смирнова
Natura Siberica
руководитель направления по
связям с общественностью

Анна Иоспа
«АПУМ»
CEO

Полина Мельникова
«ВкусВилл»
лидер по внешним
коммуникациям

Мария Телятьникова
«Аскона»
руководитель отдела по связям
с общественностью

Анна Китайкина
«Авито»
руководитель отдела по
спецпроектам и бренд-
коммуникациям

**Александра
Подпоринова**
Splat Global
Head of PR

Рекламные кейсы (V часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представят маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры

Модератор

Михаил Бердников
Ozon
руководитель отдела
маркетинга Care&Kids & Fashion

Эльман Кокляев
«Делимобиль»
руководитель отдела бренда и
маркетинговых коммуникаций

Александр Щипанов
«Аррест ЮниРусь»
Head of Digital

Нгуен Хай Иен (Мария)
«Маревен Фуд Сентрал»
директор по маркетингу

Сергей Михайлов
Sber Devices
директор по маркетингу

Очень СМИшно: как брендам работать с медиа

Живая аудитория — это основа медиабизнеса. Новостные сайты, деловые медиа, блогеры и платформы строят свою экономику вокруг постоянного контакта со своими потребителями. Умение находить общий язык с разными людьми и придумывать интересные подходы к привычной коммуникации — их профессиональный навык.

В этой вечерней секции эксперты отрасли поделятся своими советами о том, как брендам и агентствам эффективнее взаимодействовать с аудиторией медиа и какие интересные варианты колабораций можно придумать.

Спикеры

Модератор

Ярослав Макаров
AdIndex
директор по маркетингу и
развитию

Надежда Жуковская
«Медиагруппа»
PR-директор

Элвин Музafferli
«Пикабу»
старший менеджер по
продажам

Екатерина Ерошкина
«Европейская Медиагруппа»
директор департамента
маркетинга и аналитики

Илья Еропкин
сервис «ИДУ»
основатель

Диана Хоштария
Медиагруппа «Россия сегодня»
начальник управления рекламы

Ольга Стукалова
«Дзен», VK
руководитель команды
комерческих B2B продуктов