

ЗАЛ 1**09:00—10:00** Регистрация. Приветственный кофе**10:00—12:00**

Секция 1.

Корректируем digital-стратегию. Omni-channel. Интеграция с офлайном

Модератор: Денис Шубенок, «Ашманов и партнеры»

Adrenaline Gaming: от единичной активации к захвату новой коммуникационной территории
Марина Мушкаренко, PepsiCo Россия

Смесь таргетированной рекламы и офлайн-активностей.
Мультипликация за счет супергеро
Роман Кумар Виас, Qlean

Из online в offline: конвертируем виртуальных пользователей в реальных потребителей
Александр Чижиков, Articul Media

Как использовать разные каналы коммуникации для запуска массового и нишевого продукта
Елена Григорян, Mail.Ru Group

Beyond the limits: как Яндекс.Метрика выходит за пределы онлайн
Александра Кулачикова, «Яндекс»

ЗАЛ 2**10:00—12:00**

Секция 2.

Продвижение на платформах: что нам готовят гиганты интернет-рынка

Модератор: Егор Тарасов, Borscht

2017 — год видео, событий и различных оптимизаций в myTarget
Денис Елкин, myTarget

От разрозненных сообщений к единой рекламной стратегии
Александр Немировский, «Яндекс»

Что меняется в рекламе ВК для рекламодателя
Андрей Новосельский, «ВКонтакте»

ОК, Google: что нового в 2017 году?
Илья Сидоров, Google Russia

Гармония, поверенная алгеброй
Дмитрий Ануреев, R.POINT

12:00—13:00 Обед**13:00—15:00**

Секция 3.

Сила бренда в Интернете

Модератор: Матвей Алексеев, Rambler&Co

Связаны одной цепью
Ольга Алексеева, Yota

От исследований к киберразведке: кейс по репозиционированию бренда
Владимир Удалов, Group-ib

Быть интернет-брендом в Интернете 20 лет
Светлана Шабалина, «Рамблер»

Вовлекаем пользователей в продукты бренда
Максим Коротков, Black Star

13:00—15:00

Секция 4.

Ставим и измеряем KPI в интернет-рекламе

Модератор: Олег Рудаков, AGIMA

Атрибуция как основа мобильной аналитики
Александр Грач, AppsFlyer

Как оценить эффективность размещения онлайн-видеорекламы с позиций бизнеса
Владимир Солосин, Wildberries

Закупка трафика на основе данных
Ольга Вязовская, OZON.ru

Оценка эффекта офлайн-рекламы на онлайн-метрики
Александр Горбачев, People and Screens

15:00—16:00 Кофе-пауза**16:00—18:00**

Секция 5.

Генерация и распространение контента для влияния на целевую аудиторию

Модератор: Николай Сюсько, Needle

Зачем нужно рекламироваться в блогах
Александра Пестрецова, независимый эксперт

Почему реклама у видеоблогеров — плохая идея
Сергей Ешанов, Carrot

Как с помощью SMM получить охват на уровне ТВ
Давид Машавили, «Мегафон»
Иван Сиденко, Re:evolution

Чат-боты: от тренда к коммуникационной платформе
Дарья Арзамаскина, Maybelline NY, L'Oreal
Андрей Коваль, Isobar Moscow

Нативная реклама 2017: как изменились форматы, в какие проекты инвестируют крупнейшие рекламодатели и как они оценивают эффективность проектов
Ксения Сащенко, Meduza

16:00—18:00

Секция 6.

Управление продуктовой линейкой в digital

Модератор: Юрий Вайсман, Artics Internet Solutions

Опыт Tele2: как мы продаем абонентское оборудование в онлайн
Максим Сакиб, Tele2 Россия

Digital-стратегия запуска компании LeEco на российском рынке
Никита Гушин, LeEco
Евгений Паршин, Artics Internet Solutions

«Турбоденьги»: как мы запустили первый онлайн-кредит в мобильном банке
Юлия Михайловская, «Промсвязьбанк»

Акционная арифметика: как стимулировать спрос и не терять на этом деньги
Наталья Куликова, Skyeng

Слаженная работа инструментов контекстной рекламы
Кирилл Гетманский, «Зодчий»
Кирилл Федоров, «Ашманов и партнеры»

18:00 Окончание первого дня конференции

ЗАЛ 1**09:00—10:00** Приветственный кофе**10:00—12:00**

Секция 7.

Лояльность и customer service — чувствительная зона на последней стадии воронки продаж

Модератор: Ефим Алдухов, E-commerce Solutions

Контроль уровня сервиса в доставке через SMS-опрос клиентов
Сергей Гилев, LamodaПерсонализация программы лояльности — ни слова о big data
Константин Гонтмахер, Orange DataСервис для омниканальных продаж. Новые требования к покупателю, продавцам и процессам
Ирина Зуева, «Эконика»Разговор с клиентом: с любовью и роботами
Максим Оранский, Шанти-шанти.рф**ЗАЛ 2****10:00—12:00**

Секция 8.

Мониторинг и анализ соцмедиа

Модератор: Анна Логиновская, Loginovskaya.ru

Возможности систем мониторинга соцмедиа для бизнеса
Татьяна Анохина, «Крибрум»Автоматизированная система мониторинга Интернета. Измерения клиентской лояльности и профилактика оттока
Инна Асаре, Финансовая группа БКСАнализ соцмедиа для прогнозирования спроса на лекарственные препараты в период эпидемий
Светлана Крылова, Brand Analytics
Анна Карутина, ОТИСИФАРМАнализ отзывов в соцмедиа и реагирование на примере ТЦ МЕГА
Андрей Еленков, МЕГА
Александра Бреус, Nectarin**12:00—13:00** Обед**13:00—15:00**

Секция 9.

Креатив в digital: от идеи до реализации

Модератор: Артем Филимонов, Hungry Boys

Ты то, что ты ешь. Кейс #Можновсе для Билайна
Максим Федоров, PossibleБлогеры как трендмейкеры, или почему за одним человеком следуют миллионы
Ася Троцкая, ReframeКак с помощью одной буквы получить выходы в Россия24 и ВВС?
Зажарено на реальном огне Burger King
Павел Таргашин, FistashkiГравитация — просто привычка. Как из самого депрессивного города страны придумать самый позитивный рекламный клип в мире
Олег Баринбойм, TutkovBudkovКреативные рекламные кампании в Instagram
Илья Лагутин, Aitarget**13:00—15:00**

Секция 10.

Большие пользовательские данные

Модератор: Ксения Тулаева, «Ашманов и партнеры Санкт-Петербург»

Что такое большие пользовательские данные
Игорь Ашманов, «Ашманов и партнеры»Обработка и анализ больших данных из социальных медиа: опыт Nestlé
Александр Сирач, YouScanБольшие данные для работы с негативом в инфополе — способы обработки и анализа
Александр Жариков, «СКАН-Интерфакс»Offline data в online-кампаниях: как с помощью online-размещений улучшать результаты бизнеса
Михаил Одинокоев, ADV
Дмитрий Егоров, Weborama**15:00—16:00** Кофе-пауза**16:00—18:00**

Секция 11.

Сила больших данных — умная реклама

Модератор: Дмитрий Школьников, tapcore

Oriflame: media + CRM, два года спустя
Андрей Молев, AMNETБирюлево против Патриарших: кластеризация и квалификация аудитории по геоданным и поведению на примере контекстной рекламы TOI TOI
Максим Семенов, «Артус»
Юлия Фролова, «Той Той Коммуналь сервис»Работа с большими данными при выводе в онлайн офлайн-гиганта. Кейс kari
Андрей Рождественский, kari
Эдгар Гусейнов, AeroOnline big data + offline big data = offline-конверсия для интернет-рекламы
Максим Зенин, Mail.ru Group
Алексей Князев, Shopste**16:00—18:00**

Секция 12.

Управление репутацией и восприятием в Сети

Модератор: Игорь Ашманов, «Ашманов и партнеры»

Как создать репутацию в Сети, которую трудно разрушить
Денис Шубенок, «Ашманов и партнеры»Управление репутацией: от создания позитивного фона до службы поддержки бизнеса в Сети на примере Leroy Merlin
Андрей Волков, Leroy Merlin Восток
Всеволод Шеховцев, «Апрель»10 вещей, которые не стоит говорить клиентам
Яна Белова, «Флампа»Оценка репутационных рисков и построение полного цикла работы с потребительским мнением
Виталина Егерева, МЕДСИ
Екатерина Белозерова, ARTOX media**18:00** Окончание конференции