

ЗАЛ 1**09:00—10:00** Регистрация и приветственный кофе**10:00—12:00**

Секция 1.

Как увеличить отдачу от социальных медиа

Модератор: Анна Логиновская (loginovskaya.ru)

5 шагов для запуска успешного конкурса в соц.сетях
Влад Титов (Лаборатория Комьюнити)

Присутствие в социальных сетях топ-менеджмента компании как часть SMM-стратегии

Тамара Мори («Теремок»)

Как построить соц.сети для федерального бренда

Андрей Волков (LeRoy Merlin)

5 кейсов в таргетированной рекламе

Яков Пейсахзон (myTarget)

ЗАЛ 2**10:00—12:00**

Секция 2.

Тренды цифрового маркетинга. Чего бояться?

Модератор: Павел Таргашин (Fistashki)

Новые форматы гиперлокальной рекламы
Алексей Голубицкий (Яндекс)Token sale маркетинг: почему самое важное - это комьюнити
Фелипе Лема Воробей (Blackmoon)

Будет ли блокчейн работать в рекламе и маркетинге и какие решения уже сейчас есть на рынке?

Юлия Николаева (Sostav.ru)

Когнитивный маркетинг: Роботы vs Маркетологи
Константин Кичинский (Microsoft Russia), Елизавета Швец (Microsoft Russia)Новые правила медиабаинга: ориентация на Face-ID, AdBlock, social commerce, микротаргетинг и многозадачность
Алина Прокина (Go Mobile)**12:00—13:00** Обед**13:00—15:00**

Секция 3.

Управление репутацией и восприятием в Сети

Модератор: Денис Шубенок («Ашманов и партнеры»)

Отражение информационной атаки
Игорь Ашманов («Ашманов и партнеры»),
Денис Шубенок («Ашманов и партнеры»)

Управление восприятием бренда в соцмедиа

(на примере Билайн)

Сергей Стукалов (Билайн)

Как выстроить общение с пользователями соцсетей от лица бренда

Валентин Васин (Альфа-Банк)

Продвижение человека-бренда в социальных медиа

Владислав Синчугов («Ашманов и партнеры»)

13:00—15:00

Секция 4.

CRM-маркетинг: как использовать данные о пользователях для генерации лидов

Модератор: Ольга Карулина (UniSender)

Механики лидогенерации для CRM-маркетинга: мифы, ошибки, советы.

Капитон Смирнов (PopMechanic)

Как построить персонализированный маркетинг?

Иван Ильин (Email Soldiers, Группа компаний i-Media)

Макроаналитика в рассылках: как и зачем считать?

Марина Рыжко (UniSender)

CRM с рассылками против рассылок из сервиса рассылки. Что выбрать?

Алексей Окара (PINALL)

15:00—16:00 Кофе-пауза**16:00—18:00**

Секция 5.

Креатив в digital: от идеи к реализации

Модератор: Валерий Волчецкий (Red Keds)

Людам не нужна реклама

Артем Филимонов (Possible)

Как придумать UGC инсталляцию для мероприятия и вдохновить гостей интерактивными технологиями

Илья Рыжков (Luna Park)

Полезный опыт Рокетбанка

Кирилл Левашов (Рокетбанк)

Как создается мощный digital проект

Андрей Пауков (Zebra Hero), Лена Самойлова (Zebra Hero)

Тревел-квест как новый формат нативного продвижения в digital

Екатерина Иванова (One Two Trip)

16:00—18:00

Секция 6.

Контент-маркетинг для корпоративных медиа

Модератор: Любовь Соболева (Хабрахабр)

Сторителлинг в контент-маркетинге:

как истории продвигают бизнес

Екатерина Алянская (LOFT PR Studio)

Практика внешних корпоративных медиа. Как организовать редакцию внутри компании

Любовь Соболева (Хабрахабр)

Профилактика контент-маркетинга: что делать, чтобы ваше медиа не заболело? Опыт DOC+

Иван Грибов («Только спросить» (DOC+)

Как повысить качество контента с помощью

редакторских сервисов

Татьяна Стефаненко («Ашманов и партнеры»)

18:00 Окончание первого дня конференции

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

Секция 7.

Персонализация и omnichannel в акциях и лояльности: что нового

Модератор: Иван Боровиков (Mindbox)

Что на мировом рынке
Иван Боровиков (Mindbox)Запуск мультибрендовой омниканальной программы лояльности «с нуля» на сетях Hamleys, Imaginarium, Cookhouse, Disney
Офелия Шафир (Ideas4Retail)Программа лояльности как воспитание любви к бренду: смотрим с клиентом в одну сторону
Алена Артемьева (Broccoli)**ЗАЛ 2****10:00—12:00**

Секция 8.

Как меняется поведение пользователя в современном мире

Модератор: Александр Кузнецов (BBDO Moscow)

От общения к покупкам: электронная коммерция нового поколения
Атанас Райков (Viber)Боты как один из инструментов маркетинга в мессенджерах
Алексей Михайлик (Fasttrack)Ретаргетинг в социальных сетях
Юлия Лазарева (ВКонтакте)Нестандартные возможности применения аналитических систем на примере Рамблер/топ-100
Ксения Аникеева (Rambler&Co)Электронная коммерция в телеком-компании: использование современных трендов при взаимодействии с пользователем
Максим Сакиб (Теле2)Коммуникативные механики на примере Aviasales
Александра Пимштейн (Aviasales)**12:00—13:00** Обед**13:00—15:00**

Секция 9.

Практика анализа онлайн и офлайн данных в e-commerce-проектах

Модератор: Илья Чухляев (Owox)

RFM-сегментация клиентской базы и применение сегментов в digital-каналах и direct-маркетинге
Яна Паршутина (Butik.ru)Инсайты поведения пользователей при совершении покупки на основе анализа кроссдоменных конверсий. Sales data и построение воронок продаж
Юрий Шишкин (24ttl)Увеличение выручки интернет-магазина с помощью настройки категорийной стратегии мерчендайзинга
Ярослав Бондарчук (Retail Rocket)Оценка эффективности каналов трафика с учетом многоканальных последовательностей и построения атрибуции
Александр Егоров (Alytics)Работаем с историей посетителя в Яндекс.Метрике
Александра Кулачикова (Яндекс)**13:00—15:00**

Секция 10.

Бизнес-процессы агентства: жизнь до, во время и после

Модератор: Анна Караулова (i-Media)

Обучение сотрудников агентства новому направлению: с нуля до уровня «Бог»
Анна Зимина (Publicis Media)Изменение бизнес-процессов веб-студии
Максим Панфилов (Ratio)Благими намерениями вымощена дорога в ад: как документировать бизнес-процессы агентства и на этом не разориться
Алексей Раменский (Tagline)Главные вопросы digital-агентств о бизнес-процессах
Анастасия Мошук (Яндекс)Перестройка процессов в переходный период: от малого агентства — к среднему, от среднего — к крупному
Дмитрий Шахов (REMARKA)**15:00—16:00** Кофе-пауза**16:00—18:00**

Секция 11.

Проектирование услуг и сервисов. Сервис, дизайн, UX, юзабилити

Модератор: Дмитрий Сатин (USABILITYLAB)

7 шагов быстрого тестирования пользовательских сценариев
Александр Ковальский (CreativePeople)Правильный текст для захвата пользователя
Антон Шаяхов («Аутмаркетинг»)UX-проектировщик и UX-писатель. Посередине менеджер
Ольга Табачишина (КБ «Собака Павлова»)Сервис или дизайн?
Дмитрий Сатин (USABILITYLAB)**16:00—18:00**

Секция 12.

Использование нейронных сетей в маркетинге

Модератор: Станислав Ашманов («Нейросети Ашманова»)

Нейронные сети для бизнеса
Станислав Ашманов («Нейросети Ашманова»)Поиск аудитории для таргетированной рекламы с помощью машинного обучения
Артем Седов («Ашманов и партнеры»)Машинное обучение для маркетинга мобильного приложения
Марат Жанабеков (Heuristic.AI)Оптимизация промо-механик с учетом продукта, цены и рыночной ситуации
Павел Мягких (Kreate)Повышение конверсии на сайте с помощью предиктивной аналитики
Алексей Соколов (Indatalab)**18:00** Окончание конференции