

6 июня 2018

	1 зал: PR, социальные сети, аналитика (Антон Сабуров, модератор)	2 зал: Для предпринимателей: сокращение издержек и упрощение ведения бизнеса (Иван Недбай, модератор)	3 зал: Digital-продажи(Илья Ребров, модератор)	4 зал Мастер-классы, практикумы, разборы кейсов
10:00-10:45	Регистрация			
10:00	Начало работы выставки			
10:45-11:00	Официальное открытие мероприятия на сцене			
	PR-стратегии и брендинг	Автоматизация бизнес-процессов	Digital-продажи	
11:00-11:30	<p>«PR и управление информационными полями», Андрей Игнатьев, 1stMediaInvest</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тенденции рекламного рынка - Задачи СМИ и соцмедиа - Эффект взорвавшейся бобмы - Виды негатива в СМИ и принципы его нивелирования - Информационная война: как действовать - Почему PR не работает 	<p>«Есть ли жизнь после КП?», Антон Воронов, B2B Family</p> <p>Почему отдел продаж продает мало? Боли продавцов, руководителей отделов продаж, собственников бизнеса и клиентов.</p> <p>Как сделать так, чтобы менеджер вовремя перезвонил? Как не нарваться на “мне сейчас неудобно”, “я еще не смотрел”, а позвонить тогда, когда это необходимо. Как сосредоточиться на самых важных клиентах? Как сделать так, чтобы руководитель отдела продаж прозрачно видел работу своего отдела?</p> <p>Делимся результатами своих “лабораторных” исследований Кейсы и практика.</p>	<p>«FARMERS VS HUNTERS», Геннадий Качинский, управляющий партнер Бюро стратегического моделирования МЕТОД Совладелец blizko.ru. Founder Blizko Ремонт, Домой, Гид по красоте и здоровью.</p> <p>Сравнение двух систем продаж: поток через воронку продаж утолщенных клиентов, о которых мы ничего не знаем, против систематической обработки рынка холодных клиентов, о которых тем не менее мы знаем очень много</p>	<p>11:00-12:30</p> <p>Мастер-класс: «Облака и реальность: кейсы, грабли, хорошие новости»</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кому в облаках жить хорошо, а кому не очень: российская и мировая IaaS-практика в контексте размещения критичных для бизнеса систем и ИТ-сервисов -Миграция в облако: типичные ошибки и лайфхаки -Облако завтрашнего дня: наш взгляд на ключевые тренды в развитии технологий и сервиса в целом
11:30-12:00	<p>«Антикризисный PR: как жить, когда кризис уже случился», Ольга Алексеева, Yota</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кто должен отвечать за кризис в компании? - Сколько это стоит? - Три главных правила решения кризиса - Онлайн – хорошо, а офлайн еще лучше. 	<p>«54-ФЗ 2.0», Марат Абасалиев, АтолОнлайн</p> <ul style="list-style-type: none"> - Кому необходимо переходить на онлайн-кассы в 2018 году - Что ожидать от развития 54-ФЗ в 2018 году: планы, тенденции, прогнозы - Что такое сервис по аренде касс АТОЛ Онлайн - ФФД 1.05 и 1.1. Какие типы ФФД существуют, как организуется переход, в какие сроки, какие метода перехода есть - Новые фискальные накопители (ФН). Кто должен применять ФН на 15 мес, кто на 36 - Новый функционал личного кабинета АТОЛ Онлайн - Купить или арендовать онлайн-кассу? Цены, плюсы и минусы. Кейс с разбором экономической выгоды 	<p>«Мультиканальность и продажи», Алина Дыкуха, Sendpulse</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мультиканальная воронка продаж для бизнеса. - Подробный разбор продающих email писем. - Email рассылки в связке с web push уведомлениями. -Кейсы клиентов SendPulse. 	
12:00-12:30	<p>«Зачем офлайн событиям онлайн продвижение», Антон Писчиков, Мозгобойня (Екатеринбург)</p>	<p>«Роботы против людей. На чьей стороне CRM», Сергей Кулешов, 1С-Битрикс</p>	<p>«Работа с целевой аудиторией: как расширить воронку продаж?», Мирослава Санеева, руководитель отдела онлайн-продвижения</p> <p>Яндекс, Google, ВКонтакте, торговые площадки.</p>	
12:30-13:00	перерыв			
	Социальные сети			

13:00-13:30	<p>«Услуги онлайн?», Кирилл Фролов, ИНВИТРО</p> <ul style="list-style-type: none"> - Какие используем инструменты в СММ - Почему таргетинг это основной инструмент? - Эффективность рекламных компаний, как измерить в СММ? - Эффективность РК на примере компаний «Космическое здоровье» и «Не жди Deadлайн» 	<p>«Инструменты повышения выкупаемости товаров», СДЭК</p>	<p>«Make marketing great again: как на одной идее доехать до всех сегментов ЦА», Иван Шкиря, основатель Callibri</p> <ul style="list-style-type: none"> - Лебедь, рак и щука: как определить общую цель для отдела маркетинга. - Куда мы плывем: как разработать долгосрочную стратегию продвижения компании в Digital-пространстве. - Контент решает все: как построить контент-план на год вперед и попадать в инфополе любого сегмента бизнеса. - КПД под 100%: повышаем эффективность работы каждого сотрудника отдела продвижения. 	<p>13:00 -14:30</p> <p>«Защита бизнеса в интернете», Роман Фадеев, Legal Jazz</p> <p>На мастер-классе мы разберем основные риски, связанные с ведением бизнеса в интернете, и обсудим конкретные инструменты управления этими рисками.</p> <p>В частности, мы рассмотрим следующие темы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Защита интеллектуальной собственности – сайта и контента на нем.
13:30-14:00	<p>«Курс на продажи и КРІ: таргетированная реклама в соцсетях», Оля Чванова, MyTarget</p>	<p>«Как не потерять клиента», Алексей Фидунов, Манго Телеком</p>	<p>«Синергия инструментов интернет-маркетинга или 5 способов повысить продажи», Виталий Попов, Титансофт</p>	<p>Какие и с кем оформлять документы? Почему иногда нельзя защитить свои права даже заключив все нужные договоры? Как обезопасить себя от «пиратов», ворующих контент, и как с ними бороться?</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Доменное имя. На кого правильно его оформлять? Какие риски несет владелец домена? Почему оно важно в контексте товарных знаков и коммерческих обозначений и как не получить внезапный штраф за нарушение чьих-нибудь прав?
14:00-14:30	<p>«Про В2В: почему рано прощаться с FB и Telegram. И про жизнь замечательных людей: закрытые сообщества VK и Одноклассниках», Евгения Таганова, Profi.Travel, Светлана Смирнова, Profi.Travel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Telegram уже, FB с минуты на минуту. Почему не стоит прощаться площадками, и кому в В2В они могут быть полезны. - В2В в Одноклассниках: наши "шишки" - ваш путь к успеху. - В2В в VK: новинки и тренды продвижения. 	<p>«Новые возможности ФГУП «Почта России» для компаний дистанционной торговли», Полина Мирошникова,</p> <ul style="list-style-type: none"> - Почта России-услуги Почты России для компаний дистанционной торговли - отделения Почты России нового формата - личный кабинет и API-интеграция - упрощенный export - возврат наложенного платежа 	<p>«Напиши мне, напиши! Email-маркетинг, которого хотят менеджеры по продажам», Даниил Силантьев, Unisender</p> <ul style="list-style-type: none"> - Мифология электронных рассылок - почему "серьезные маркетологи" пренебрегают инструментом и что им за это бывает - Второй шанс на первое впечатление - Как email-маркетинг помогает превратить лид в контакт, а контакт в продажу - Сколько раз надо пнуть ежа для успешного взлета - планируем цепочку касаний с клиентом 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Персональные данные. В который раз проговорим, что такое персональные данные, зачем ими заниматься, и как дешево и быстро снять 99% рисков.
14:30-15:00	<p>«Как привлечь внимание пользователя с помощью правильного текста», Антон Шаяхов, Аутмаркетинг</p>	<p>«It- бизнес инструменты. Рассказываем и показываем как они должны работать», Андрей Гордов, CARAT-TELECOM</p>	<p>«Управляемый отдел продаж: миф или реальность?», Антон Телегин, СКБ-Контур</p> <ul style="list-style-type: none"> - Что делать, если выручка не поддается управлению? - Менеджеры часто/постоянно увольняются - Кажется, деньги на маркетинг переводятся впустую - Тренинги не дают результатов 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Управление репутацией в интернете.
15:00-15:30	Перерыв. Розыгрыш призов на главной сцене			

	Метрики эффективности интернет-рекламы. Аналитика			
15:30-16:00	«Стратегия мобильного продвижения: с чего начать и на что ориентироваться. Показатели метрики», Алина Прокина, gomobile	«Переход на онлайн-кассы для e-commerce: как перейти максимально быстро и сэкономить», OFD.ru - 54-ФЗ: изменения для e-commerce, этапы перехода и первые итоги - Изменение объема рынка интернет-торговли - Как рынок переходит на новый режим работы - сегменты клиентов, перешедших на новый порядок (в шт. ККТ) - Распределение по товарным категориям на локальном рынке - Виды касс для интернет-магазинов с различными типами оплаты - Инструкция по получению налогового вычета для малого бизнеса - Сервисы ОФД для E-commerce – как без лишних проблем соблюдать положения закона 54-ФЗ - Аналитика для малого бизнеса	«Холодные звонки: просто, понятно, по делу», Дилара Музафарова, Коммерческий директор Скорозвон - Что такое холодные звонки и кому они подходят? - Почему контекстная реклама не заменяет холодные звонки? - Работают ли сейчас холодные звонки? -Что надо сделать, чтобы дело пошло? - Что читать и какие курсы проходить, чтобы знать всё о холодных звонках? - Частые проблемы при запуске холодных звонков. Успешные кейсы. Бест практик.	Мастер-класс «Лидогенерация через event. Как привлекать клиентов с помощью бесплатных мероприятий в региональных городах» Как провести 18 интенсивов в год от Киева до Улан-Удэ имея 1 сотрудника в Ярославле? Успешная, масштабируемая модель мероприятия с аудиторией 100-200 человек и затратами до 20 000р. Как найти и заинтересовать партнеров в регионах? Как контролировать процесс подготовки удаленно? Как зарабатывать на бесплатных мероприятиях ничего не продавая? Нужно ли бизнесу идти в регионы и тратить деньги на мероприятия? Расскажу сколько потратили и что получили.
16:00-16:30	«Как начать применять сквозную аналитику прямо сейчас», Станислав Кузнецов, Comagic - Использование современных инструментов аналитики для бизнеса. Что такое сквозная аналитика? Получение консолидированных данных в режиме единого окна. - Телефония как инструмент построения сквозной аналитики и автоматизации продаж. - Головные боли, которые закрывает внедрение сквозной аналитики. Никаких данных ради данных: как выстроить работу с отчетами и начать применять полученные данные? - Повышение точности отчетов и повышение скорости актуализации данных с использованием инструментов Comagic: анализ голосовых данных, интеграции с BI-системами, антифрод и антиспам. - Что изменилось до и после использования сквозной аналитики. Примеры внедрения (минимизация ручного труда и работы с Excel). Дебрэндированный кейс автодиллера.	«Модели автоматизации в бизнеса», Иван Зайченко, Сушкоф и Дель Песто	«Проектный бизнес vs продуктовый», Алексей Кулаков, совладелец Jetstyle (крупный продакшн, 90 чел, с 2004 года) и совладелец Ridero (крупнейший selfpub сервис в России 160 000 авторов, 15 000 книг за год). Тот самый человек, которому нравятся оба способа ведения бизнеса: продуктовый и проектный, расскажет о разнице в подходах, основных плюсах и куче выводов, которые сделал, наступая на свои грабли.	
16:30-17:00	«ТОП-5 маркетинговых инструментов в продвижении услуг», Ольга Козловских, Мамин Клуб, Женская Клиника	«Автоматизация маркетинга в онлайн бизнесе или как перестать терять клиентов», Павел Соковнин, carrotquest.io - Когда пора задуматься об автоматизации маркетинг. Разбор проблемных мест в воронке. - CRM маркетинг. Основы автоматизации. - Что такое HADI циклы и как с ними работать. - Ключевые метрики над которыми можем работать. - Примеры стратегий для автоматизации маркетинга.	«Как заставить email продавать», Наталия Соловьева, dashamail	

17:00-17:30	<p>«Как привлечь внимание пользователя с помощью правильного текста», Антон Шаяхов, Аутмаркетинг</p> <p>Вы сделали хороший продукт и думали, что он продаст себя сам. В жизни всё сложнее: люди не видят преимущества, пользуются тем, к чему привыкли, и выбирают конкурентов, которые объективно хуже.</p> <p>Надо запускать маркетинг, но на ошибки совсем нет времени и денег. Ты сидишь перед листом белой бумаги и бесцельно созерцаешь пустое пространство. С чего начать, что говорить и кому?</p> <p>На этапе знакомства с продуктом важно заинтересовать пользователя. Не рассказать ему о продукте, не доказать преимущества, а просто заинтересовать. Чтобы человек подумал: похоже это крутая штука и она мне поможет. Найти первых пользователей совсем не сложно. Для этого не потребуются миллионные бюджеты и большая команда. Поможет хорошее уникальное торговое предложение и правильная структура сайта.</p>	«Scrum-эффективное управление проектами», Ксения Лысенко, Рокетбиз	<p>«Как работать с крупными клиентами», Александр Устинов, BeaversBrothers</p> <p>Опыт Майкрософт, SUP, Huawei, Siemens</p>	
18:00	окончание первого дня и работы выставки			
7 июня 2018				
	Инструменты интернет-рекламы	Старт бизнеса и продающий сайт	Инновации в рекламе	4 зал Мастер-классы и практикумы
10:00-10:45	Регистрация			
10:00	Начало работы выставки			
	Автоматизация поискового продвижения	Старт бизнеса и продающий сайт	Встреча с экспертами бизнес-школы web2win	
10:30-11:00		«Тема Уточняется», 1kargo.ru		
11:00-11:30	<p>«Практика SEO-продвижения интернет-магазина», Дмитрий Шучалин, Seorult</p> <p>- Что конкретно нужно делать. С примерами, названиями продуктов, шагами и т.д.</p> <p>- Для среднего уровня знаний: когда уже есть небольшой опыт продвижения или хотя бы работы с подрядчиками.</p>	<p>«Маркет — точка входа в электронную коммерцию», Анастасия Богословская, Яндекс.Маркет</p> <p>Задачи, которые покупатели решают на Маркете</p> <p>Задачи, которые решает магазин с помощью сервиса</p> <p>Инструменты для оптимизации размещения на Маркете</p> <p>Специальные условия на старте использования Яндекс.Маркета</p>	<p>«Управленческие компетенции будущего: как контролировать и оценивать сотрудников в интернет-маркетинге?», Любовь Жукова, Бизнес-школа web2win</p>	<p>10:00-12:30</p> <p>Мастер-класс: «Практика USABILITY - как заставить ваш сайт работать», Виталий Попов, Титансофт</p> <p>- Основные принципы юзабилити</p> <p>- Типичные ошибки при создании веб-ресурсов</p> <p>- Рекомендации по устранению недочетов</p> <p>- Полезные инструменты для аудита своего сайта</p>
11:30-12:00	<p>«Работа с поведенческими факторами в 2018 году», Роман Морозов, Userator</p> <p>- Реальность SEO продвижения на 2018 год</p> <p>- Новые технологии в работе с поведенческими факторами</p> <p>- Рабочие кейсы и стратегии продвижения сайта</p> <p>- Секретные факторы ранжирования.</p>	<p>«Как получить финансирование от государства», Артем Русаков, Свердловский областной фонд поддержки предпринимательства</p>	<p>«Продажи из кармана: как мессенджер-маркетинг повысит прибыль вашей компании?», Елизавета Плеханова, УрФУ</p>	
12:00-12:30	<p>«Продвижение завода-производителя в нескольких регионах. Инструменты и результаты», Андрей Безруков, Нетория</p>	<p>«Разработка сквозной интернет-стратегии в компании», Григорий Карлышев</p>	<p>«5 кейсов продвижения малого и среднего бизнеса в соцсетях», Сергей Федюнин, "Практика SMM"</p>	
12:30-13:00	перерыв			
	Спец. Секция. Встреча с лидерами отрасли: Вконтакте и Mail.ru Group		Секция Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР)	

13:00-13:30	«Обзор digital-рынка», Екатерина Ерошенко, Mail.ru	<p>«NeoMarketing - маркетинг, который работает», Ольга Гаврилова, NeoMarketing</p> <ul style="list-style-type: none"> - Новейшие технологии по обработке Вашего сайта - Как получить большую конверсию от сайта - Работаем в команде 	<p>Модератор: Алексей Парфун, директор АКАР Урал, new business и PR директор РГ Deltaplan</p> <p>13:00-14:00 «Бренд-журналистика в социальных сетях», Михаил Пономоренко, Done Creative, преподаватель MBA и АКАР Практикум, практик SMM</p> <ul style="list-style-type: none"> - Принципы журналистской работы в SMM - Как это работает: инструменты - Пример из практики: Брусника, Синара 	13:00-14:30 «Как не облажаться в работе с нативной рекламой» , Кирилл Балахтин, Buzzoola Russia На реальных примерах разберём основные правила работы с креативами при разработке нативной рекламной кампании
13:30-14:00		<p>«Обзор облачных решений и сервисов для вашей компании», Антон Халиков, NetAngels</p> <ul style="list-style-type: none"> - Три модели использования облачных сервисов: SaaS, PaaS и IaaS SaaS — это программное обеспечение как сервис. PaaS - платформа как сервис. IaaS: инфраструктура как сервис. - Примеры применения облачных сервисов. - Особенности и возможности. 		
14:00-14:30	«Экосистема ВКонтакте для бизнеса», Кирилл Гисматов, ВКонтакте	<p>«Как извлечь максимум пользы из маркетплейс», Костромин Валерий, VLIZKO.ru</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зачем вам 2 сайта - Вам шашечки или ехать: отличия собственного сайта и сайта на маркетплейс - Как выбрать маркетплейс который даст вам наибольшую эффективность - Реальные кейсы 	<p>14:00-15:00 «Презентация EVA — экосистема наружной рекламы России», Валерий Гылка, Основатель и генеральный директор коммуникационной сети Амедиа.</p> <p>Уже на протяжении долгого времени представители индустрии ООН в России обсуждают необходимость появления экосистемы, которая могла бы стать если не основой для появления единой валюты медиаметрии в ООН, то как минимум соответствовала бы современным тенденциям в обработке аудиторных данных, объединила бы в себе базы данных рекламных конструкций и инструменты работы с ними, заменив более устаревшие и менее точные методы исследований и сотни разрозненных таблиц.</p> <p>Валерий Гылка покажет, что все проблемы, с которыми сталкивались в индустрии на протяжении последних лет, будут решены при помощи разработанной в Motion Logic экосистемы для наружной рекламы EVA. Система обладает широким функционалом по планированию, реализации, пре- и пост-кампейн рекламных кампаний с использованием ООН-инвентаря в России.</p>	
14:30-15:00		<p>«Как построить эффективную и масштабируемую систему бизнеса для успешных продаж?», Антон Галушко, Мастер Марио</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ваш ключевой продукт с точки зрения клиента - Список основных бизнес-процессов в интернет-торговле - Эффективная структура, заточенная под бизнес-процессы / взаимодействия между подразделениями - Управление, модернизация и автоматизация бизнес-процессов в Вашей компании - Чем должен заниматься собственник 		
15:00-15:30		Перерыв. Розыгрыш призов на сцене		
	Контекстная реклама		Секция Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР)	

15:30-16:00	<p>«Новый подход к рекламе на поиске и другие новинки Яндекса», Ирина Васильева, Яндекс</p>	<p>«Кассовые решения для мобильной торговли и служб доставки», Никита Ткачук, t-torg.com</p> <ul style="list-style-type: none"> - Касса это не роскошь, а следование закону. Кто и когда обязан использовать кассу? Развеем мифы владельца интернет-магазина: Мне можно без кассы, т.к. я продаю услуги/нематериальный активы Мне можно без кассы, т.к. получаю деньги на карту "чек привезет наш курьер" или "потом чек вам пришлем" У меня ведь эквайринг-терминал чеки бьет, зачем мне касса? - Касса в твоём интернет-магазине - это легко и удобно. Плюс контроль курьеров. 2 реальных кейса с затратами. - Куплю кассу дешева на "али". - Смотрим вдаль. - Как избежать контрафакта и получить гарантийное обслуживание? - Избавление от зависимостей в одном корпусе. Детали: плюсы и минусы - Финансовые фишки. Касса от банка за полцены - реальность. Налоговый вычет 18 тыс. за пару бумажных пустяков! 	<p>15:30-17:00</p> <p>«Путь из онлайн в офлайн и обратно. Новая интернет-аналитика», Руслан Кодачигов, Digital-стратег агентства DeltaClick (AG Deltaplant)</p> <p>Как создать идеальный коктейль из офлайн-и онлайн-рекламы: измеряем кросс-медийное потребление. Эффективность медийной рекламы: оцениваем влияние рекламной кампании на значения брендовых метрик</p> <p>Влияние интернет-рекламы на офлайн-продажи: как не попасться на удочку, отказавшись от интернет-рекламы</p> <p>Сквозная аналитика как жизненная необходимость: почему низкая стоимость лида – это еще не победа</p>	<p>Мастер-класс «Как делать игры и зарабатывать на этом», Станислав Скорб, Targem Games</p> <ul style="list-style-type: none"> - Что такое "монетизация" вообще? Как это слово относится к играм. - Способы монетизации с примерами. Какой способ выбрать если я инди? - Что делать после релиза. Что такое метрики, как их получать и анализировать. - Блок вопросов и ответов, разбор примеров.
16:00-16:30	<p>клиентов (кейс магазина дизайнерской мебели)», MediaNation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поисковое поведение тех, кто любит дешевое, и как отсеять их от своего поискового трафика. - Поведенческие характеристики «жирненьких» клиентов. - Способы фокусировки на тех, кто готов покупать дорогое. - Проблемы продвижения по узким запросам и способы их решить. - Воронка продаж дорогих товаров и инструментарий Google AdWords для каждого этапа в принятии решения в покупке. - Итоги и общие рекомендации. 	<p>«Создание продающего видео о товаре», Владимир Кобыяков, Human Video</p>		
16:30-17:00	<p>«Как увеличить охват в Директе на 30% с неочевидными синонимами», Филипп Царевский Direct All-in</p>	<p>«Повышение эффективности бизнеса с помощью технологий онлайн-видео», Александр Кудрявцев, MMVS</p>		
18:00	Заккрытие выставки			