



Программа конференции "Интернет-прорыв: продажи и продвижение", Екатеринбург, 6 октября 2011, отель Angelo

Время	Поток	Докладчик	Доклад и тезисы
10:00	реклама	Сергей Герштейн (Яндекс), Екатеринбург	<p>Интернет-реклама. Гонка за эффективностью... на выживание:</p> <p>Ещё некоторое время назад интернет-реклама была делом беспроигрышным. Она была гораздо дешевле традиционной рекламы и почти гарантированно давала поразительно высокую отдачу на каждый вложенный рубль. Но золотые времена прошли. Рекламодателей в сети становится всё больше, бюджеты растут, и всё чаще приходится слышать разочарованные голоса, жалующиеся на неэффективность и дороговизну продвижения в интернете.</p> <p>А дело в том, что конкуренция выросла. Теперь нельзя просто вложить деньги в интернет-продвижение, надо сделать это лучше и эффективнее, чем ваши конкуренты. Какие инструменты когда использовать? Как измерить эффективность рекламы? Как её повысить? Об этом и поговорим.</p>
10:30	реклама	Евгений Кобзев (СКБ-Контур), Екатеринбург	<p>Лояльность клиентов – лучший способ продвижения:</p> <p>Вы можете покупать статьи в дорогих гляцевых изданиях, крутить рекламу на ТВ и радио, увешать весь город рекламными перетяжками, но ваша целевая аудитория не услышит вас. А самое печальное – никогда не посоветует ваш сервис своим друзьям.</p> <p>Как добиться того, чтобы юзеры переходили из разряда пользователей в разряд фанатов, которые с нетерпением ждут каждое новое обновление вашего сервиса? Как сделать так, чтобы рекламу в соцсетях генерировали сами пользователи?</p>
11:00	реклама	Антон Абрамов (Бегун), Москва	<p>Интернет-реклама сегодня и завтра:</p> <ul style="list-style-type: none"> · рынок маркетинговых коммуникаций; · ключевые тренды на рынке интернет-рекламы; · новые формы и форматы интернет-рекламы.
12:00	реклама	Сергей Кузнецов (skcg.ru), Москва	<p>Мы хорошо разбираемся в Social Media – и что дальше?:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Как много может заработать популярный блогер и почему не следует обольщаться этой цифрой? - Почему популярный блогер – не самый удачный человек для работы в Social Media? - Витязь на распутье: три дороги для человека, который хорошо понимает, как устроен facebook, twitter и ВКонтакте

12:30	реклама	Александр Зиновьев, Гуманитарный Университет, Екатеринбург	SMM, SEO, Банеры - в чем отличие: 1. Поисковые системы и социальные сети – ключевые отличия 2. Работа с аудиторией через социальные сети – три основных варианта 3. Различия в решении имиджевых задач и задач сбыта
13:00	реклама	Никита Рвачев (AiLove), Екатеринбург	Social CRM, что это такое и зачем это нужно бренду?: Мы проводим много рекламных кампаний, но не знаем как они влияют на решение наших задач и как пользователи конвертируются из одного класса в другой (awareness, loyalty и т.д.), часто агентства не могут проследить весь путь взаимодействия пользователя с брендом и имеют очень ограниченный набор инструментов для повторного взаимодействия с клиентом. На примере кейсов, в которых явно показана необходимость CRM и в частности sCRM, мы расскажем как можно решить эти проблемы.
14:30	реклама	Сергей Митрофанов (Brandflight), Москва	Неуправляемые бренды 2010х: Что социальные медиа сделали с брендами. Говоря об изменениях, которые происходят с брендами в наше время можно отметить следующее: (а) нет четких и прогнозируемых центров влияния, "угроза" таится в любом человеке, который вступает во взаимоотношения с брендами. (б) слабые бренды, без четкой стратегии и миссии (долгосрочное позиционирование в обществе) наиболее подвержены рискам в транспарентном коммуникационном пространстве; (в) коммуникационные возможности существенно опережают адаптивность современного корпоративного управления, поэтому зачастую менеджмент компании не способен адекватно реагировать на изменения отношения к бренду в онлайн; (г) сложность представляет и то, что информация размещенная в интернете перестаёт быть исключительной собственностью бренда и задача компании состоит в том, чтобы четко контролировать коммуникации при, желательно 100% вовлечённости всех сотрудников вовлечённых в работу с брендом.
15:00	реклама	Александра Рудаковская (Фламп, 2GIS), Екатеринбург	Как вырастить комьюнити и откуда берется лояльность?: - Как три пользователя могут повлиять на продажи. - Что такое комьюнити и зачем его формировать? - Извлекаем пользу из негативных отзывов.
15:30	реклама	Круглый стол	Современные возможности сбора и обработки данных (аналитики) в сфере интернет-рекламы.
17:00	реклама	Анна Березина (HeadHunter), Москва	Социальные медиа. Будущее зависит от тебя: - Что такое PR в интернете - Опыт формирования общественного мнения в интернете. - Работа с негативом.
17:30	реклама	Илья Ребров (сеть порталов и изданий Blizko), Екатеринбург	Управление эффективностью рекламных сообщений Выводы и факты на основе статистических данных по выделенным телефонным номерам, прикрепленным к рекламным сообщениям (статистика по более 900 номерам)

18:00	реклама	Денис Кучумов (RuContext), Москва	Зона замедленного эффекта или эффект «Сию секунду»: <ul style="list-style-type: none"> - Повышение эффективности контекстной рекламы - Продающая реклама в поисковых системах - Реклама, ориентированная на отложенный спрос
18:30	реклама	Анна Березина (Head Hunter), Москва	Проблемы таргетинга и эффективности рекламы в интернете <ol style="list-style-type: none"> 1. Все ли таргетинги одинаково нужны <ul style="list-style-type: none"> - Востребованность таргетингов в зависимости от задач рекламной кампании - Излишние таргетинги 2. Возможности таргетирования в зависимости от типа рекламных площадок <ul style="list-style-type: none"> - Предоставление соц. дем таргетингов социальными сетями, job.ресурсами, почтовыми сервисами и др. 3. Все ли таргетинги одинаково точны <ul style="list-style-type: none"> - Сравнительный анализ точности настроек таргетинга в зависимости от типа рекламной площадки 4. Адаптация сообщения к контенту площадки как способ получения максимальной отдачи от рекламы <ul style="list-style-type: none"> - Удачные кейсы рекламных кампаний
10:00	сайты	Виталий Попов (ТитанСофт), Екатеринбург	Дополненная реальность как еще один инструмент интернет-маркетинга: <ol style="list-style-type: none"> 1. Что такое дополненная реальность 2. Какие проблемы может помочь решить 3. Для чего нужна дополненная реальность 4. Примеры эффективного использования дополненной реальности
10:45	сайты	Виктор Лисицын (East Media Ltd.), Екатеринбург	Варианты наиболее эффективного использования мобильных приложений для бизнеса: <ul style="list-style-type: none"> - Насколько огромен рынок мобильных платформ? - Разновидности мобильных платформ - iOS, AndroidOS, BadaOS, WP7, AmazonOS. - Планшетники. Смартфон? Нетбук? Дак, что это? - Возможности мобильных платформ для решения бизнес задач. - Зачем мне мобильное приложение, отличия от WEB. - Все ли задачи возможно решить в данный момент с помощью мобильных приложений? - Типы задач, которые решает пользователь с помощью мобильных приложений: - Варианты наиболее эффективного использования мобильных приложений для бизнеса.
12:00	сайты	Юрий Синодов (Roem.ru), Москва	Коммуникации будущего: пассивное общение. <p>Для того чтобы быть на связи со своими друзьями необходимо делать всё меньше и меньше - сервисы вроде FourSquare или AlterGeo сами предлагают рассказать о том, где вы находитесь, сами подсказывают описание этих мест</p> <p>Смогут ли роботы ещё и выделять наиболее важных для вас людей и вести переписку с ними от лица живого человека?</p>

12:40	сайты	Денисов (КСК), Екатеринбург	<p>Визуализация уникальности компании:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Новая фаза развития сайтов на примере портала Холдинга "РМК" -От ощущения бизнеса Заказчика до фактического ТЗ -Как выявить уникальность своей компании -как визуализировать уникальность -как развивать уникальность
14:30	сайты	Алексей Ильин (iConText), Москва	<p>Оптимизация сайта по данным веб-аналитики: живые примеры:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цифрами делу не поможешь: нужно научиться действовать и уметь проверять результат. 2. Инструменты - не панацея! Чтобы получать ответы, надо уметь задавать вопросы. 3. Кейсы: ставим вопрос, ищем ответы в аналитике, действуем и измеряем результат.
15:30	сайты	Круглый стол	<p>Современные требования к сайту, как к <u>одного из элементов сети коммуникационных площадок</u> компании (бренда).</p>
17:00	сайты	AIlove, Никита Рвачев	<p>Организация производственного процесса в digital-агентстве:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Этапы проекта в digital. Кратко расскажу о каждом этапе начиная от брифа и заканчивая передачей проекта в поддержку. 2) На основе этапов покажу, что на каждом из них необходим менеджер и в помощь различные специалисты (от копирайтеров, стратегов до непосредственных разработчиков и тестеров). В итоге соберем в кучу какие специалисты необходимы 3) На основе этого списка соберем информацию о структуре, как лучше организовать структуру digital агентства чтобы оптимальным образом решать задачи клиента и его проекта.
17:40	сайты	Андрей Зотов (ТитанСофт), Екатеринбург	<p>Анализ рекламных и веб-решений с помощью технологии Eye-tracking.</p> <p>Eye-tracking - это технология, позволяющая отслеживать направление, продолжительность и некоторые другие параметры взгляда испытуемого. Использование eye-tracker'a позволяет объективно оценить многие факторы, которые до появления этой технологии оценивались исключительно экспертами. Например, можно наглядно увидеть, как изменится восприятие рекламных материалов при внесении тех или иных изменений в их оформление.</p>
18:20	сайты	Антон Халиков (NetAngels), Екатеринбург	<p>Какой хостинг нужен для сайта? Требования и узкие места:</p> <p>Существуют разные технологические решения для размещения сайта: хостинг, выделенный сервер, VDS и другие. Обсудим, какие решения нужно использовать для разных сайтов. Какие особенности и преимущества у разных видов размещения.</p>