

Спикеры MarTech Expo 2019

Москва, 19-20 ноября 2019

(в алфавитном порядке)

	<p>Алексеева Алина - Коммерческий директор @ Bestseller</p> <p><i>Тема выступления: "Как лидеры мнений влияют на потребителя при выборе продукции на примере сотрудничества с ТОП-овым блогером Е.О. Комаровским."</i></p> <p>Окончила МГОУ, факультет «Бизнес и управление», специальность «Менеджмент организации».</p> <p>Опыт работы в рекламном бизнесе более 14 лет, в сфере диджитал и селлинговом агентстве более 10 лет.</p> <p>За время работы в сфере digital занималась продажами тематических интернет-сайтов, в портфеле по прямым продажам имела одновременно более 15-ти продуктов.</p> <p>В данный момент руководит коммерческим и медиа отделом, отвечает за увеличение продаж, формирование продуктов, а также коммуникацию с клиентами, агентствами и Паблшерами.</p> <p>С медийной личностью «доктор Комаровский», в компании BESTSELLER реализует контентные проекты более 3-х лет.</p>
	<p>Алёшин Александр - Директор по развитию @ Roistat</p> <p><i>Тема выступления: "Как технологии помогают увеличить доход от рекламы"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Как отличить нужную рекламу от бесполезной • Как сократить рекламный бюджет без потери прибыли: кейсы реальных компаний • Как улучшить отдачу от рекламы: кейсы реальных компаний • Главные правила сквозной аналитики и чем они помогают бизнесу
	<p>Амброзевич Анна - Главный редактор @ CX pro</p> <p><i>Тема выступления:</i></p> <p>До сентября этого года Анна работала Consumer Experience & Data Lead в «ПепсиКо», включая направления: омниканальной 1-2-1 коммуникацию через email, chatbot, sms, web-push и др; выстраивания обратной связи с потребителями и расширения возможностей использования данных для решения конкретных бизнес задач. 10-летняя экспертиза Ecommerce в таких компаниях как Терволина, AliExpress, Philip Morris, Quelle, Otto, а в последние годы интенсивное развитие данного направление в FMCG компании, что является одновременно сложной и интересной задачей. Уверена, что технологии — это основа digital-прогресса, а идеальный рецепт настоящего прорыва — это технологии плюс увлеченная команда профессионалов.</p>



Афанасьев Михаил - Ведущий специалист по продажам @ Комплето

Тема выступления: "Вкладываете деньги в рекламу, а отдел продаж сливает клиентов? Есть рабочее решение"

Тезисы:

- Как ставить планы продавцу, исходя из его личной мотивации по деньгам
- Как быть уверенными, что продавец вкладывает свои силы только в тех клиентов, которых реально закрыть
- Как без миллиарда отчётов и комментариев измерять активность продавца: звонки, встречи, коммерческие предложения, счета
- Как в конечном итоге продавать больше и не выжигать при этом продавцов. Расскажем, покажем.

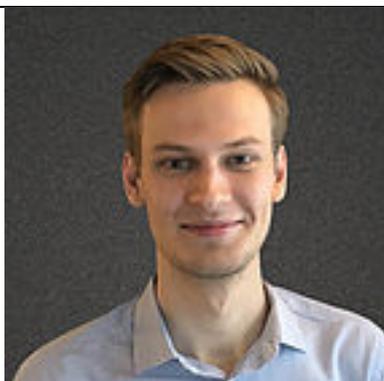


Ашитко Максим - Solutions Lead, CIS & Nordics @ Exponea

Тема выступления: "Customer Data Platform как основа CRM маркетинга в 2019 году."

Тезисы выступления:

- С чем сталкивается средний и крупный бизнес в 2019 году.
- Что такое CDP и какие проблемы она решает.
- Кейсы применения CDP: ROPO (Research Online Purchase Offline), выбор наилучшего канала для коммуникации.



Баскаков Кирилл - Директор по развитию бизнеса @ Smart Analytics Russia | smartanalytics.io в России

Тема выступления: "Аналитика бизнеса нового времени. Чем она отличается, и какие новые возможности открывает перед более чем 50% компаний России."

Тезисы выступления:

- Почему обычная сквозная аналитика не работает для большинства компаний?
- Какие технологии нужно объединить, чтобы аналитика стала по-настоящему полезной?
- Зачем бизнесу аналитика или в чем отличие привычных решений от эффективных?

Эксперт в стратегическом менеджменте, бизнес-аналитике и построении работоспособных IT-инфраструктур для бизнеса, а также в области переговоров и публичных выступлений.



Бахтин Андрей - Основатель @ Bakhtin Business

Тема мастер-класса: "Актерские технологии в бизнесе"

Тезисы выступления:

- Использование актерского мастерства в бизнесе
- Секреты управления эмоциями и самоконтроля для достижения поставленных целей
- Правильное позиционирование и управление впечатлением.
- Как овладеть и удержать внимание партнеров по бизнесу
- Система Станиславского как путь к успешной карьере.
- Заблуждения об актерском мастерстве.
- Актерское мастерство как способ защиты в бизнесе.
- Маркетинг создание и управление

Магистр искусств Российского Университета Театрального Искусства (ГИТИС); Кандидат искусствоведческих наук (ГИТИС); заместитель генерального директора издательства "Школа Гениев"; сертифицированный управляющий по квалификации «Управление организацией» Европейского Экономического Комитета в содружестве с Альянсом «БРИКС»; бизнес-наставник корпораций GOOGLE и "Сбербанк"; спикер Московской школы управления СКОЛКОВО; CEO & Founder "Bakhtin Business".



Боровиков Иван - Основатель @ MindBox

Тема выступления: "Платформы клиентских данных (CDP), как основа для целевого маркетинга и применения AI / ML технологий."

Тезисы:

- Фрагментация мартех-стека в B2C-компаниях, как данность
- Почему приведение данных в порядок – это сложно?
- CDP: определение, рынок, игроки
- Пример, как CDP влияет на целевой маркетинг в известных российских компаниях

Два высших образования (Московская медицинская академия), серийный предприниматель. Mindbox – четвертый по счету бизнес Ивана, который развился из компании с двумя сотрудниками в лидирующую в отрасли компанию с более чем 100 человек персонала. Технологиями Mindbox пользуются несколько сот компаний в России, Европе и США. Среди крупнейших заказчиков Mindbox в России – Детский Мир, ГК Связной, Kari, Burger King, Перекресток, Dodo Pizza.

Опытный спикер и преподаватель: ВШЭ, Нетология, WebSummit, несколько десятков различных конференций в РФ и СНГ.



Вачадзе Давид - Основатель @ Brand Mobile

Тема выступления: "Аналитика клиентских данных как основа клиентоцентрического маркетинга. Практические примеры."

Тезисы выступления:

- Эволюция клиентоцентрического маркетинга.
- Какие бизнес задачи решаются с помощью аналитики клиентских данных, с чего начать и куда развиваться.
- Small Data vs Big Data сколько инвестировать и когда ожидать отдачу.

Кандидат физ.-мат. наук, более 20 лет опыта создания и развития высокотехнологических бизнесов. В 2003 году основал и возглавил агентство data driven маркетинга Brand Mobile, из которого в 2012 году выделилось агентство клиентской аналитики данных ИНК. Ранее организовал и руководил российским представительством американской компании ThinkWave (SaaS платформа и клиентское ПО для рынка K-12 образования США) и компанией BIX (e-business интегратор, CRM решения).

Преподавал курс «Оmnikanальный CRM», в том числе в ГУУ RMA и ВШЭ New Media School, в рамках Ассоциации Интерактивных Агентств разработал методику классификации e-CRM проектов и рейтингования e-CRM агентств.

Регулярно выступает в качестве докладчика, ведущего секций и мастер-классов в области клиенто-центрического маркетинга и аналитики данных. Член сообщества OpenDataScience, ведет блог Marketing Data Science на DataSci.Rocks

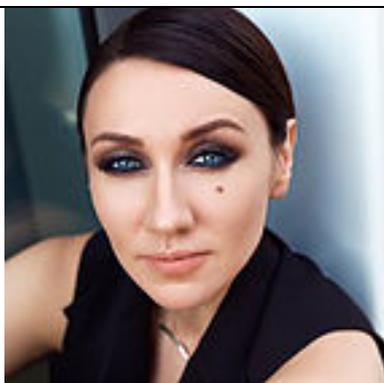


Вербов Евгений - Руководитель направления аналитики @ Nielsen

Тема выступления: "Как увеличить продажи благодаря BigData"

Окончил Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана, факультет Информатики и систем управления.

Евгений имеет более 10 лет опыта работы в интернет-маркетинге и аналитике. Евгений присоединился к Nielsen Россия в 2018 году в роли руководителя направления аналитики. До этого Евгений руководил digital проектами в компании Delivery Club (Mail.ru Group).



Воликова Юлия - Основательница @ exeDrive

Тема выступления: "Заменит ли робот маркетолога?"

Тезисы выступления:

Скорость, с которой технологии развиваются и адаптируются, является экспоненциальной до такой степени, что волна охватывает все предприятия, независимо от того, готовы они к этому или нет. Может показаться, что мы не достигли такого большого прогресса, но даже всего 5 лет назад в социальных сетях не было потребительского подхода, мобильные телефоны не использовались для бизнеса, облачных решений не было.

Технологии почти полностью изменили все аспекты бизнеса, и такого никогда не случалось так быстро в истории.

В феврале Росстат опубликовал оценку доли малого и среднего бизнеса в

экономике. Она составляет в российской экономике 21,9%. В подобных условиях МСБ остро нуждается в оперативном, надежном и простом доступе к деньгам и стремится сократить свои финансовые расходы на маркетинг.

По данным Fortune 500 B2B Adoption of Marketing Tools study на 2013 год 23 % компания из списка Fortune 500 уже внедрили автоматизацию маркетинга. Более половины компаний B2B (58%) планируют внедрить эту технологию в 2019 году. Расходы на инструменты автоматизации маркетинга будут быстро расти в течение следующих нескольких лет. Оценив востребованность как на рынке, так и со стороны конечного потребителя в 2019 году основатель компании решила вывести новый для России продукт - eхеDrive.

Юля начала заниматься бизнесом в 20 лет, с 2006 года запустила более десяти стартапов в различных областях: от онлайн-образования и рекрутинга до работы биотехнологической производственной площадки с оборотом более 2 млн руб в месяц.

В 2015 году окончила курс по предпринимательству и маркетингу в Силиконовой долине в Калифорнии (США), тогда же и появилась идея виртуального помощника для маркетологов. В конце 2017 года был запущен первый прототип eхеDrive, в основе которого лежит эта идея.



Галь Владимир - Innovation Lead @ SAP CIS

Тема выступления: "Экономика впечатлений - объективная реальность, в которой мы живем"

Тезисы выступления:

Мы живем впечатлениями и готовы платить за эти впечатления все больше и больше. Но требования к качеству и оригинальности этих впечатлений только растут. Клиент предпочитает покупать впечатления, которые способны его удивить, а не продуктами и сервисами, которые привыкли производить компании. Все это формирует Experience Gap между спросом и предложением на потребительских и промышленных рынках.

Презентация ответит на вопросы:

- Как обеспечить лидирующие позиции компании в сознании потребителя?
- Какие технологии применяются в этой сфере лидерами Customer Experience рейтингов?
- Модель зрелости системы управления впечатлениями в организации.
- Интеграция процессов управления инновациями в систему управления впечатлениями компании.

15 лет Владимир работает в сфере Customer Experience, в различных международных и российских компаниях, из которых последние 6 лет отвечал за развитие бизнеса Customer Experience в корпорации SAP. До SAP Владимир работал в французской компании Cegedim Group на позиции CRM-директора, возглавлял проектный офис в системном интеграторе Compulink Group и прошел путь от консультанта до руководителя CRM-практики в российских ИТ-консалтинговых компаниях (Softline Solutions, GMCS).

	<p>Ганин Игорь - Операционный директор @ Zvonobot</p> <p><i>Тема выступления: "Плохие и хорошие кейсы с роботом-оператором. Как использовать ИИ для автоматизации колл-центров?"</i></p> <p>2014 г. - 2018 г. руководитель бизнес-проектов ИК "Гранит-Капитал" 2018 г. - по настоящее время операционный директор Zvonobot (ООО "Виджет")</p>
	<p>Герко Виталий - Сооснователь, Директор по продуктам @ OTM</p> <p><i>Тема выступления - "Программатик реклама - тенденции и перспективы развития технологии"</i></p> <p>15-летний опыт работы в AdTech и управлении проектами, product owner full-stack programmatic платформы OTM, ведущий эксперт ЭС ИРИ экосистема «Мобильные технологии, сервисы, контент», ментор ряда стартапов в области рекламных технологий.</p>
	<p>Гименез Вероника - Заместитель генерального директора, Директор по маркетингу @ КРОК</p> <p><i>Панельная дискуссия: "Будущее маркетинга и маркетингового стека технологий в цифровой модели предприятия"</i></p> <p>Работает в компании со старта бизнеса в 1992 году. Формирует маркетинговую политику и стратегию позиционирования компании, в том числе региональную. Выстраивает систему мониторинга маркетинговой среды и процессов для формирования программ продвижения. Возглавляет самый крупный департамент маркетинга на российском ИТ-рынке, куда входит группа стратегического PR, аналитическое подразделение, группы продуктового продвижения (решений всех технологических департаментов КРОК), группа подготовки тендерных заявок, группа переводов и информационной поддержки на иностранных языках, call-центр. Участвовала во многих проектах внутреннего менеджмента компании — внедрении системы качества, капитальном строительстве офисных объектов, формировании социальных и культурных программ для персонала КРОК, создании и внедрении корпоративной социальной сети. Под руководством Вероники КРОК осуществил крупные образовательные и медиа-проекты совместно со Стокгольмской школой экономики, Высшей школой экономики, Ассоциацией менеджеров РФ, учебным центром «Специалист», Harvard Business Review, BFM, Moscow Times, Ведомости.</p>



Годзи Максим - Управляющий партнер @ Retentioneering

Тема выступления: "Поведенческие сегменты пользователей из разных рекламных каналов: как превратить big data в инсайты"

Автор инструментов аналитики траекторий пользователей и руководитель проекта Retentioneering, основатель community Retentioneering, автор курсов по Growth Hacking, GrowthTeam Management и анализу траекторий, директор практики цифрового маркетинга и продуктовой аналитики CROC Digital Insight.

Ранее – руководитель подразделения машинного обучения и аналитики в App in the Air в 2018-2019, соавтор патентов по рекомендательным ML системам в интерфейсах бронирования путешествий, в 2018 проводил реорганизацию аналитики жизненного цикла водителей в «Яндекс.Такси», там же разработал новые технологии аналитики медиа и ТВ рекламы.

В 2014–2017 годах вёл научные исследования в области моделирования клеточного деления в UPENN в США, в 2012–2013 руководил одним из первых российских IT бизнес-инкубаторов InCube, учебно-научным центром в РАНХИГС, в 2010–2012 годах применял ML и глобальную оптимизацию в своих стартапах в области компьютерного предсказания эффективности лекарственных препаратов против ВИЧ. Автор научных публикаций в международных научных изданиях, в т.ч. eLife, Nature Communications.



Головей Евгений - CEO @ HOLOWAY Analytics

Тема выступления: "Когда данные маркетинга говорят сами или как прокачать ваш Google Data Studio"

Тезисы выступления:

- Нужен ли вам дашборд, если да, то какой именно и что он вам даст
- Как выбрать инструменты сбора данных, обработки и визуализации
- Как построить понятный дашборд в Google Data Studio
- Как применить дашборд. Разбираем кейс “сквозная аналитика + атрибуция”

Работает в сфере веб-технологий с 2001 года. Опыт внедрения в более чем сотне интернет-проектов. В портфолио есть известные проекты: McDonalds, Askona, Столплит, 2-Берега, Одобрим.ру (БКС Банк), и другие.

Большой опыт на стыке онлайн-маркетинга и веб-разработки позволяет в полной мере решать комплексные задачи по построению аналитических систем с использованием инструментов от мировых лидеров Google и Microsoft.

Убежден, что принимать решения нужно на основании здравого смысла и опыта, подкрепленного данными.

	<p>Гордеева Софья - Head of client service @ MediaSniper</p> <p><i>Тема выступления: "Нативный programmatic: как привести к цели при помощи DCO и динамических посадочных"</i></p> <p>В digital с 2014 года. Закончила Волгоградский государственный технический университет, факультет экономики и управления. Всю свою карьеру в рекламе посвятила programmatic. В 2016 году присоединилась к команде MediaSniper. Эксперт в сфере RTB и AdTech.</p>
	<p>Григорьев Андрей - CEO&Co-founder @ GetShop.TV</p> <p><i>Тема выступления: "Performance TV: Технология обратной связи для рекламы и внутреннего промо на ТВ"</i></p> <p>Тезисы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обзор возможностей интерактивных технологий на ТВ. • Кейсы использования обратной связи в ТВ рекламе и внутреннем промо. • Тренды развития рынка и как будут развиваться технологии в ближайшие несколько лет. <p>Первое высшее - факультет психологии МГУ им М.В. Ломоносова, диплом «Методы ухода от манипуляций в переговорном процессе». Второе высшее - финансовый менеджмент в РАНХиГС. Опыт управления разработкой интернет-решений 15 лет (более 250 клиентов). Преподаватель и научный руководитель: РАНХиГС (факультет ИТ-Менеджмент»), Нетология/Рамблер («Директор по интернет-маркетингу», «Управление продуктом»), бизнес-школа RMA («Управление интернет-проектом») Эксперт ФРИИ, экс. трекер ФРИИ. Консультирую предпринимателей и стартапы (более 60 компаний).</p>
	<p>Губанов Павел - Маркетинг-технолог/Системный архитектор @ ICNX</p> <p><i>Тема выступления: "Маленькие большие данные в CRM и ML проект без космических затрат"</i></p> <p>Тезисы выступления: Поговорим о том, почему пришло время перестать бояться слов 'Machine Learning' и 'Big Data', разберем примеры постановки задач для 'Data Driven' проектов и формирования правильных ожиданий, расскажем о том как собрать данные для вашего первого ML проекта и доступных инструментах для работы с ними, рассмотрим на примеры интерпретации и применения результатов проекта.</p> <p>Эксперт в области маркетинговых и CRM технологий с опытом более 12 лет в сфере ИТ и маркетинга. Присоединился к команде ICNX (ранее Itella Connexions) в 2016 году. Курирует направление по разработке BigData решений, Machine Learning и Artificial Intelligence проектов.</p>

	<p>Основные направления деятельности: управление разработкой и консалтинг в области CRM/CDP решений, разработка ИТ маркетинговых стратегий, внедрение enterprise решений в области автоматизация маркетинга и аналитики.</p>
	<p>Гурская Анастасия - Head of Traffic @ Simple</p> <p><i>Тема выступления: "Маркетинг в дарк маркет: особенности продвижения eкоммерс проектов на зарегулированных рынках"</i></p> <p>Руководитель трафикового направления SimpleWine.ru, до этого занималась директ-маркетингом, запускала с нуля каналы email-маркетинга интернет-магазина ЦУМа Tsum.ru, а также Aizel.ru. В данный момент отвечаю за все каналы целевого трафика (SEO, Emailing, Paid search, Performance, Маркетплейсы) в интернет-витрине SimpleWine.ru.</p>
	<p>Гусев Денис - Директор по маркетингу @ Forrester Research Russia&Baltic CEO @ DiGital</p> <p><i>Тема выступления: "Тренды и практика data-driven маркетинга на основе клиентской аналитики"</i></p> <p>Денис Гусев, ведущий аналитик и директор по маркетингу Forrester Research в СНГ и странах Балтии. Более 12 лет опыта в online и offline маркетинге, с 2009 года сотрудничает с Forrester Research. Принимал участие в крупных исследовательских проектах, имеет более 8 лет опыта руководства маркетингом в российских и международных технологических компаниях. Основатель медиабайнгового агентства DiGital by Denis Gusev, преподаватель Высшей школы экономики и онлайн-университета Нетология.</p>
	<p>Давыдов Владимир - Совладелец и руководитель отдела ведения проектов @ Комплето</p> <p><i>Тема выступления: "Вкладываете деньги в рекламу, а отдел продаж сливает клиентов? Есть рабочее решение"</i></p> <p>Тезисы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Как ставить планы продавцу, исходя из его личной мотивации по деньгам • Как быть уверенными, что продавец вкладывает свои силы только в тех клиентов, которых реально закрыть • Как без миллиарда отчётов и комментариев измерять активность продавца: звонки, встречи, коммерческие предложения, счета • Как в конечном итоге продавать больше и не выжигать при этом продавцов. Расскажем, покажем. <p>Совладелец, руководитель отдела ведения проектов и заботы о клиентах маркетинговой группы «Комплето», член Российской Гильдии Маркетологов, сертифицированный преподаватель международной программы обучения и сертификации маркетологов NIMA, спикер всех крупнейших конференций по маркетингу в России, автор 100+ материалов по интернет-маркетингу и автоматизации.</p>



Даллакян Арсен – Основатель @ Russian Behavioral Unit

Тема выступления: “Рост прибыли с 1го клиента в phygital компании”

- Customer value & CX стратег
- Эксперт No1 в РФ по приложению поведенческой экономики
- Экс вице-президент страховой компании «МСК» (группа ВТБ)
- Автор международных бизнес-книг.

2017 г. – по настоящее время - консалтинг компаний РФ (МТС, SAP, BCG, KPMG, ЧТПЗ и др.)

и госструктур по проектированию клиентского опыта и массового поведения

2015 г. - вице- президент страховой компании «МСК» (группа ВТБ)

2012 г. - директор департамента торгового маркетинга ПАО АльфаСтрахование

2009 г. - начальник отдела трейд-маркетинга ПАО Кредит Европа Банк

2007 г. – CEO компании Enricco Piccolli, дистрибуция предметов интерьераг. Уфа



Даути Карлос - Founder and Marketing Technologist @ MarTech Alliance (Великобритания)

Тема выступления: *The 4Ps of marketing technology | Marketing technology made simple(r).*

Тезисы выступления:

Carlos Doughty, CEO/CMT of MarTech Alliance, will walk you through his guide to navigating the martech madness. His practical framework, the 4Ps of marketing technology, will help you develop an integrated martech strategy & roadmap.

Carlos has over a decade of experience in marketing & technology for a FTSE250 company, formerly the Marketing Director of Euromoney, now founder, CEO, CMT of the MarTech Alliance. He has extensive experience across a multitude of different marketing technology platforms and projects, from attribution, automation, conversational marketing, CRM to customer data platforms (CDPs) and much more. Global experience having worked in New York, Boston, Hong Kong to Shanghai, Paris and beyond. Carlos has delivered projects for the world’s largest banking, legal, manufacturing firms and publishing companies as well as tech scale ups. He also produces the UK MarTech Landscape and leads one of the world’s leading online marketing & tech book clubs interviewing the likes of Gary Vaynerchuk, Seth Godin, Rand Fishkin, Richard Branson to Simon Sinek.



Доронин Павел - Основатель @ AI Community | CEO @ AI Today

Панельная дискуссия "Перспективы использования искусственного интеллекта в маркетинге" (Машинное обучение & Нейронные сети, Компьютерное зрение, Чат-боты, Распознавание речи)



Егоров Александр - Управляющий партнер @ Alytics

Тема выступления: "Мультиканальный маркетинг. Как его готовить? И почему без него компании теряют продажи."

Тезисы выступления:

- Что такое мультиканальный маркетинг?
- Почему 90% компаний на самом деле не используют мультиканальный маркетинг?
- В какой капкан можно попасть, игнорируя мультиканальный маркетинг?
- Как правильно строить мультиканальную аналитику?
- Какие сейчас на рынке существуют инструменты для построения мультиканальной аналитики?

Сооснователь и управляющий партнер в Alytics. Идеальный вдохновитель. Предприниматель. Опыт в интернет-маркетинге и рекламе 12 лет. Эксперт рынка performance-маркетинга. Спикер на всех ведущих отраслевых конференциях.

Эксперт по CPA-кампаниям и эффективным интернет-медиа.

Консультант по CPA-кампаниям в контекстной рекламе.

Практик с очень большим опытом ведения контекстной рекламы по CPA и ROI. За плечами контекстная реклама для: Price.ru, Московский Кредитный Банк, Авиакомпания Аэрофлот и SkyExpress, туроператоры Pegas, DSB и TezTour, Сервис КупиКупон, Связной Банк, SaxoBank, ЦУМ, МИАН, издательство Ferra, магазин FinnFlare.



Ершанская Анна - Маркетинг менеджер брендов крепкого алкоголя @ Pernod Ricard Rouss

Тема выступления: "Чат-боты как инструмент CRM в dark market"

По образованию врач – медицинский кибернетик. Более 15 лет опыта работы в маркетинге: работала над продвижением Nescafé, Nesquik, детского питания. Сегодня – маркетинг менеджер брендов крепкого алкоголя.



Зайцева София - Директор по развитию @ Zvonobot

Тема выступления: "Плохие и хорошие кейсы с роботом-оператором. Как использовать ИИ для автоматизации колл-центров?"

Занимается выводом сервиса на новые рынки и оптимизацией продукта.

Спикер на мероприятиях:

1. Dvoma.pro 2019

Тема: «Робот Лидогенератор! Как с помощью звонков продавать и зарабатывать»

2. Яндекс. 11 Voices Meetup: речевые технологии в действии

"Как продолжить лично общаться с каждым клиентом, даже когда вы становитесь большими"

3. Microsoft. Стратегическая сессия для партнеров Microsoft



Иванов Федор - Старший менеджер по продукту @ Calltouch

Тема выступления: "Преобразование рекламных аккаунтов для борьбы с "мало показов""

Тезисы выступления:

- Что такое "мало показов" и почему это плохо?
- Методы борьбы с "мало показов" методами машинного обучения;
- Методы борьбы с "мало показов" при помощи каскада правил;
- Примеры работы алгоритмов по борьбе с "мало показов".

В 2011 окончил ДВГУ. В 2014 защитил диссертацию по специальности «Теоретические основы информатики», кандидат физико-математических наук. Действующий научный сотрудник Института Проблем Передачи Информации РАН с 2011 года. С 2012 года читает лекции студентам 4-го курса в МФТИ, а с 2018 года является академическим руководителем программы "Информационная безопасность" в Высшей Школе Экономики. С 2014 по 2016 годы отвечал за разработку оптимизатора контекстной рекламы и контроль разработки в И-медиа. С 2016 в компании Calltouch года занимается развитием функционала оптимизатора конверсий, модулей, связанных с речевой аналитикой, машинным обучением, анализом данных систем контекстной рекламы.



Иванова Наталья - Head of Key Account Department @ HR Messenger

Тема выступления: "Бот или не бот: вот в чем вопрос"

Более 13 лет работает в сфере интернет-коммуникаций. Окончила факультет Вычислительной математики и кибернетики Казанского государственного университета им. В.И. Ленина. Начала карьеру с контент-менеджера. Более 10 лет проработала в банковской сфере, занимаясь развитием цифровых каналов коммуникаций. Участвовала в разработке digital-стратегии и создании корпоративных банковских сайтов. Имеет опыт работы в крупнейшей компании телеком индустрии. Являлась Руководителем digital направления развития и продвижения продуктов розничного сегмента. С 2017 года возглавила направление маркетинга в компании LeaderTeam, одного из лидеров в области HR-аутсорсинга.



Иванова Ольга - Директор по маркетингу @ Siegenia Gruppe

Тема выступления: "Мобильное приложение как инструмент коммуникации и управления целевой аудиторией. Плюсы, минусы, и пошаговая реализация + лайфхаки и рекомендации. "

Спикер специализированных конференций и форумов.

Победитель Speaker

Cafe

05/2019.

Проект, руководителем которого я являюсь (SYNERGY PRO / SIEGENIA Синергия) стал номинантом и победителем Национальных конкурсов Employee Engagement Awards Russia -2017 и Loyalty Awards Russia -2017.



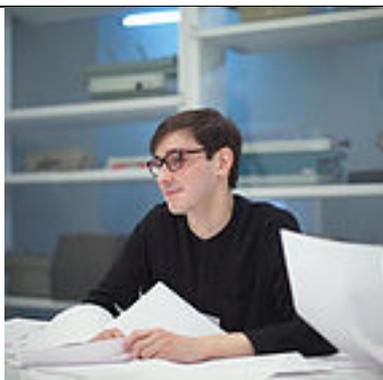
Ивашенцев Андрей - Chief Innovation Officer @ Yode Group,
Microsoft Regional Director по направлению Mixed Reality

Тема выступления: *"AR в маркетинге - Как оживить мертвые корпоративные приложения"*

Тезисы:

В рамках доклада Андрей обсудит оправданную применимость дополненной реальности в корпоративных приложениях для различных типов бизнеса, сценариев использования и технических реализаций. Также раскроет успешные и не очень сценарии интеграции дополненной реальности в маркетинге ритейла и банкинга.

На рынке стремительно набирает популярность интеграция AR в потребительский и бизнес контент в качестве элемента новизны, соответственно в рамках повышения спроса на рынке будет полезно разобраться в том, как именно стоит производить интеграцию AR-сценариев и каких ошибок можно избежать в процессе.



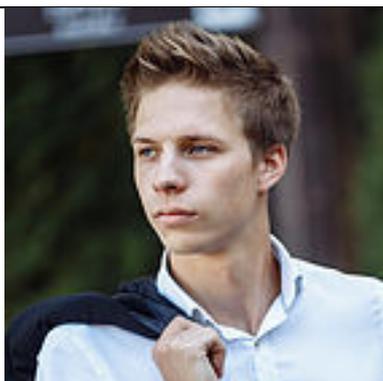
Игошин Алексей - Head of Partnership @ Skyeng

Тема выступления: *"Как построить здоровые партнёрские отношения и запускать по 60 проектов в месяц"*

Тезисы выступления:

- Зачем нужны партнерские отношения в диджитале в 2020 году
- Как правильно посчитать и сделать предложение партнеру
- Чек-лист здоровых отношений

Партнёрский маркетинг может быть полноценным каналом коммуникации с новой аудиторией в b2c. Я расскажу, как мы построили отдел и запускаем 60 партнёрских активностей в месяц.



Казakov Андрей - Product manager @ CoMagic

Тема выступления: *"Data-driven KPI: как сделать так, чтобы сотрудники двигали компанию быстрее рынка"*

Тезисы выступления:

- Основные ошибки при формировании KPI.
- Как сделать KPI не бесполезной цифрой, а эффективным инструментом реализации стратегии бизнеса.
- Data-driven подход к формированию KPI, которые мотивируют сотрудников и приносят деньги.



Калашников Никита - Сооснователь и CEO @ DataFuel

Тема выступления: "Персонализация CRM-маркетинга на основе психографики и BigData"

Тезисы выступления:

- Какие источники данных используются для определения психографических параметров.
- Обзор возможностей применения психографики в маркетинге и клиентской поддержке.
- Кейсы использования психографики в CRM-маркетинге: колл-центры и Upsale-стратегии.
- Что можно делать с внутренними данными компании?

Эксперт в области BigData, персонализации маркетинга и психографики. Разработчик методологии персонализации маркетинга на основе психографики. ex-Директор по маркетингу — Rublevka.ru, ex-Директор по маркетингу — Clayton and Boyers Спикер форумов: КИБ+РИФ 2019, GeekPicnic



Калинин Артем - Начальник управления по развитию клиентского опыта @ ГК «Калашников»

Тема выступления: "Построение CRM-экосистемы вокруг клиента"

Тезисы выступления:

- Зачем «закрытому» рынку и компании – тесный контакт с клиентом
- Какие шаги в трансформации клиентского опыта предприняли.
- Взгляд на клиента с позиции 360 градусов.
- Реализованные инструменты управления поддержкой, коммуникациями и продажами.

Выпускник РЭУ им.Г.В.Плеханова.

Эксперт и спикер программы «Маркетинг и рыночная аналитика» НИУ ВШЭ. За плечами предпринимательский опыт и более 6 лет в маркетинге российских и международных компаний.

С 2016г. в Группе компаний «Калашников» отвечает за построение клиентоориентированной экосистемы на гражданском рынке оружия, включая создание с нуля и развитие единой CRM-платформы по управлению Продажами, Коммуникациями и Поддержкой клиентов.



Капаев Антон - Директор по маркетингу @ Актион-МЦФЭР

Тема выступления: "Опыт построения маркетинговой воронки с использованием бигдата и какие управленческие проблемы это повлекло."

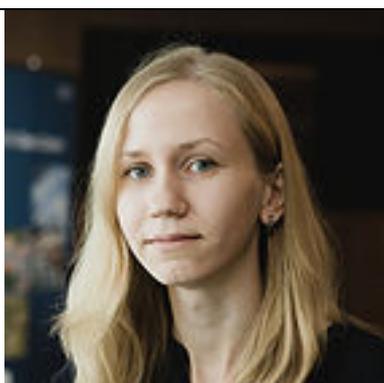
	<p>Кардаш Матвей - Директор по развитию @ amoCRM</p> <p><i>Тема выступления: "Как автоматизировать продажи и внедрить CRM"</i></p> <p>5 лет работал продюсером в крупных медиа, в том числе был автором программы об IT-технологиях. В amoCRM был приглашен на должность эксперта по продукту. Позже стал директором по развитию. amoCRM — это облачный сервис для управления продажами. Компания растет на сотни процентов в год, сегодня amoCRM пользуются десятки тысяч компаний по всему миру.</p>
	<p>Карпова Юлия - Генеральный директор @ RealHR</p> <p><i>Тема выступления: "HR-проблемы: выявить и решить"</i></p> <p>Тезисы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рынок digital и его составляющие • Прием, работа, увольнение, повторить • Прием сотрудника: как надо и как бывает • Работа: контрольные точки • Увольнение: как правильно расставаться • Кейсы из жизни <p>13 лет в digital, основная часть карьеры связана с аккаунтингом и рынком рекламных агентств. На данный момент является генеральным директором рекрутингового агентства RealHR, которое специализируется на подборе digital-специалистов уровней middle-top. Занимается спортом, любит котиков и медведей, путешествовать и иногда вышивать крестиком (но это не точно).</p>
	<p>Кифняк Никита - Business Development Manager @ Cleverbots</p> <p><i>Тема выступления: "Многофункциональное применение чат-ботов как дополнительного канала коммуникации с пользователями."</i></p> <p>Работа с ключевыми партнерами: Kimberly-Clark, iQOS, Nestle и др. Проработка ИИ-концепций для крупных FMCG, Dark Market и Pharm компаний. Выпускник ЭФ МГУ</p>
	<p>Клепиков Олег - Генеральный директор @ Psychea</p> <p><i>Тема мастер-класса: "Сообщение, стиль, речь, изображение в рекламной и маркетинговой коммуникации для представителей разных психотипов. Инструменты и практические рекомендации."</i></p> <p>Специалист по сенсорному и нейромаркетингу, поведенческому дизайну. В исследовательском бизнесе с 2000 года.</p>

	<p>Автор UNIVERSAL BEHAVIORAL MODEL PSYCHEA© - система структурно-динамического профилирования и сегментации, и пространство поведенческих стратегий</p> <p>Член профессиональных ассоциаций Ассоциированный член IAA; Локальный представитель NMSBA в России; Association for NeuroPsychoEconomics, Society for NeuroEconomics, ESOMAR, EMAC, ESA, AEA, NMSBA;</p> <p>В портфеле клиентов IBM, P&G, BBDO GROUP, Novartis, Samsung, Siemens, Вимм-Билль-Данн, Альфа-Банк, ВТБ, Сбербанк, ФСК Лидер, MARS, J&J, Yves Roche, Pigna srl, Нордтекс, Ахмад, Русский Стандарт, Банк Москвы, Росбанк, Pfizer, РЖД, Knauf, TEVA, ФРИИ, PNC group, и другие.</p>
	<p>Комолов Алексей, экс-Руководитель Управления развития карты рассрочки Халва @ Совкомбанк</p> <p><i>Тема выступления: “Как превратить покупателей в амбассадоры бренда”</i></p>
	<p>Кондратенко Алексей - CEO @ Speech Analytics</p> <p><i>Тема выступления: "Аналитика 100% звонков с помощью распознавания речи"</i></p> <p>Тезисы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Какие полезные знания можно получить из звонков? • ТОП-10 задач речевой аналитики для клиентского сервиса. • Тренды на рынке речевых технологий. <p>Сооснователь и генеральный директор компании Speech Analytics. Компания развивается с 2017 года. Управляющий партнер в маркетинговом агентстве SalesArt.</p>
	<p>Коровин Владимир - Strategic Planning Director @ Dentsu Aegis Network Russia</p> <p><i>Тема выступления:</i></p> <p>Начинал карьеру в рекламе в 2001 году в «Студии Артемия Лебедева». В 2003 году был Business Development Manager Actis Systems, затем, в 2004-2005 годах, Head of Internet Department в Service 77. Занимал позицию Head of Development & Support Department в IMS Interactive. В 2006-2008 годах был Head of Digital в Arc WW. После перешел в G2 Russia, где стал Digital Director. С апреля 2012 года работает Digital Strategy Director в AdWatch Isobar.</p>



Кохлберг Тимо - EMEA Lead Product Marketing @ Adobe

Тема выступления:



Кошелева Евгения - Data scientist @ IBM IX

Тема выступления - "Кейс построения практики персонализированного маркетинга в розничном блоке банка"

Тезисы выступления:

В данном выступлении на основе практического опыта построения клиентской аналитики розничного блока банка будут рассмотрены вопросы трансформации маркетинга за счет модернизации системы описания, хранения, обработки и анализа пользовательских данных.

Будет представлена методология создания персонализированных маркетинговых кампаний, связывающая сегментирование клиентской базы, аналитику воронок продаж и построение моделей на основе машинного обучения.

Окончила механико-математический факультет МГУ и получила степень магистра по направлению Data science факультета компьютерных наук НИУ ВШЭ. Начала свою карьеру в компании Билайн, где занималась анализом телесмотрения пользователей и таргетированием маркетинговых предложений Билайн ТВ. Присоединилась к команде консалтингового подразделения IBM IX в 2017 в качестве Data scientist, специализирующегося на задачах клиентской аналитики и персонализации маркетинга.



Краушер Петр - Председатель совета директоров @ F11 Agency | Главный консультант @ Digital.CEO (Польша)

Тема выступления: "Стартапы и бизнес-акселераторы - экспериментальная среда для проверки технологических гипотез корпорациями"

President of the Board at the F11 - Interactive Agency of the Year 2018 (in the category Transformation), member of the International Communication Committee at the AMIN Worldwide, as well as marketing technology investor and advisor to the boards. Cooperates with the Harvard Business Review.

He has almost 20 years of international work experience in implementing projects for companies, especially in the field of a digital transformation in the media, services and banking. He advises such companies as mytaxi or Fujifilm. After hours, a licensed rally driver and future aircraft pilot.

	<p>Кузин Игорь - CEO @ Smart Analytics smartanalytics.io в России</p> <p><i>Тема выступления: "Моделирование атрибуции - в прошлом: революционный метод оценки омниканального маркетинга"</i></p>
	<p>Кулачикова Александра - Head of Analytical Products marketing @ Яндекс</p> <p><i>Тема выступления: "Digital трансформация маркетинга"</i></p>
	<p>Кулешов Сергей - Заместитель генерального директора @ 1С-Битрикс</p> <p><i>Тема выступления: "Какие 50% денег вы тратите на рекламу зря?"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Знаменитая цитата Джона Ванамейкера о расходах на рекламу все еще актуальна? • А вы знаете, насколько эффективно расходуется ваш рекламный бюджет? • Насколько качество работы отдела продаж влияет на эффективность расходов на рекламу? • В рамках доклада мы с вами разберемся, как анализировать расходы на рекламу с помощью сквозной аналитики встроенной в CRM и как повысить эффективность работы отделов маркетинга и продаж.
<p>Окончил МАТИ РГТУ им К.Э. Циолковского. Являлся основателем и руководителем веб-студии. Принимал активное участие в разработке крупных высоконагруженных проектов и социальных сетей на платформе «1С-Битрикс». За время работы в компании «1С-Битрикс» отвечал за увеличение продаж, внедрение продуктов и развитие партнерской сети. В данный момент руководит направлением развития бизнеса. Эксперт в области продаж в сфере B2B и B2C, бизнес-аналитики, автоматизации бизнес-процессов. Постоянный спикер отраслевых конференций и семинаров по интернет-тематике («РИФ+КИБ», RIW, Oborot.ru, «Дизайн и реклама», Online Retail Russia)</p>	



Кулиш Максим - CEO @ MTRENDO

Тема выступления: "Преимущества когортного анализа маркетинг-каналов для e-commerce компаний"

Тезисы выступления:

- Почему классическая сквозная маркетинг-аналитика бессильна для оценки долговременного эффекта от рекламных кампаний
- Кейс (обезличенно): "Как аналитика жизненного цикла когорт клиентов открыла нам глаза на "неэффективные" рекламные кампании"
- Пошаговая инструкция по настройке когортного отчета по дате первого визита с метриками LTV, САС и DPP

8 лет опыта в e-commerce и аналитике. Ключевой навык - извлекать смысл из данных, профессионально анализируя и визуализируя их.

В 2019 году основал компанию MTRENDO. Команда MTRENDO специализируется на профессиональных аудитах маркетинг-аналитики и разработке стратегии ее развития, внедрении комплексных проектов маркетинговой аналитики на базе Google Marketing Platform и Google Cloud Platform.

2014-2018 руководитель отдела аналитики OWOX в России, где с командой решили задачи маркетинг-аналитики для М.Видео, OZON, Ситилинк, Райффайзенбанк, Hoff, Butik и других.

Проводит корпоративные обучающие тренинги по аналитике для руководителей и специалистов мультимедийных ритейлеров, финансовых компаний и поставщиков услуг. Преподаватель на курсах Нетологии "Директор по онлайн-маркетингу". Докладчик на конференциях Электронная торговля, ECOM Expo, RIW, СПИК, Internet Expo, Conversion Conf, iFresh и других мероприятиях.

Убежден, что аналитик — это не должность, а полезный навык успешного руководителя и специалиста. Видит будущее в оцифровке модели принятия решений, основанных на данных маркетинг-аналитики, и в автоматизации процесса принятия решений.



Марко Антон - Директор департамента по стратегии @ ICNX

Тема выступления: "Маленькие большие данные в CRM и ML проект без космических затрат"

Тезисы выступления:

Поговорим о том, почему пришло время перестать бояться слов 'Machine Learning' и 'Big Data', разберем примеры постановки задач для 'Data Driven' проектов и формирования правильных ожиданий, расскажем о том как собрать данные для вашего первого ML проекта и доступных инструментах для работы с ними, рассмотрим на примеры интерпретации и применения результатов проекта.

Окончил Высшую Школу Экономики (ВШЭ), по специальности «Стратегический менеджмент».

Начинал карьеру в банковском секторе, занимался собственным бизнесом.

Эксперт в области стратегического маркетинга, бизнес-аналитики, управления взаимоотношениями с клиентами. Разрабатывал CRM-стратегии, коммуникационные стратегии, программы лояльности и др., для международных и российских компаний.

	<p>Портфель брендов: Philip Morris, P&G, BMW, IQOS, Hyundai, Audi, Мираторг, Peugeot, Citroen, Datsun.</p>
	<p>Марушевский Алексей - Директор @ Boon Edam Russia Ведущий эксперт @ АВМ Expert</p> <p><i>Тема выступления: "Account-based marketing: как внедрить стратегию в отечественных условиях"</i></p> <p>Тезисы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Что такое АВМ и новая роль отдела b2b маркетинга • А нужны ли нам лиды и другие «метрики тщеславия» • Что такое Marketing Qualified Account и новая воронка “водопад закупочного комитета” • Какие тактики эффективны для каждого типа АВМ-программ • Что (не) работает на нашем рынке и чем заменить зарубежные инструменты b2b маркетинга • Пошаговый план внедрения стратегии АВМ-маркетинга <p>Более 20 лет в b2b продажах и маркетинге VP Sales Hilti Россия Директор Hilti Прибалтика и Беларусь Директор Henkel Беларусь Выпускник IMD и ВМІ</p>
	<p>Меркулова Анастасия - Директор по маркетингу @ Columbus Russia</p> <p><i>Тема выступления: "Экономика эмоций. Эволюция потребительских ценностей. Дизайн проекта нейроисследований в рекламе: как строить исследования и как применять данные для построения онлайн стратегии."</i></p> <p>Магистр - ДИП АКАДЕМИЯ МИД РФ. Управление внешнеполитической деятельностью. Участница круглого стола дип миссии Stanford 2010. На управляющих позициях с 2014. 7 лет опыта работы в ИТ. Вывод 3 start ups на рынок Москвы. Работа с крупными брендами IBS, Microsoft , softline, Oracle, Prytek. Коуч, фасилитатор.</p>
	<p>Могилевский Михаил - CEO @ НПО Аналитика</p> <p><i>Тема выступления: "Из онлайн в офлайн и обратно: анализируем маркетинговые активности"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Связка онлайн/офлайн • Омниканальная коммуникация • Кейсы с заказчиками в ритейле и ТРЦ <p>Является основателем российской компании НПО Аналитика, а также председателем совета директоров компании Retail Instruments OU, расположенной в Эстонии, которая занимается продвижением продукции компании в Европе. Имеет разносторонний опыт как в российских, так и в</p>

	<p>международных компаниях. Возглавлял компании Digia и NESS, а также работал в компании Accenture. Решение от компании НПО Аналитика, позволяющее ритейлерам и торговым центрам ощутимо увеличивать эффективность своих бизнес-процессов, является результатом серьезного обширного опыта Михаила в ритейле.</p>
	<p>Морозов Михаил - Аналитик @ Skyeng</p> <p><i>Тема выступления: "Три простых шага для кратного роста продаж, которые никто не делает"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ключевые метрики в продажах • Как принимать решения на основе аналитики • Как не бояться внедрять кардинальные изменения • Насколько амбициозным может быть план продаж на следующий год <p>Почему этот доклад будет интересен аудитории: Внедрить аналитику продаж в том или ином виде может позволить себе абсолютно любой бизнес. Мы прошли путь от подсчёта руками до целого отдела аналитики. На всём протяжении этого пути продажи росли в 3-5 раз каждый год. Мы поделимся всеми нашими наработками.</p> <p>В 2010 году закончил факультет психологии СПбГУ. Занимался исследованиями для группы компаний bn.ru, работал переговорщиком в Setl City. с 2011 по 2017 год работал научным сотрудником в НИИ, после чего решил углубиться в аналитику данных. Закончил курсы повышения квалификации в ЦДПО ИТМО по специальности «Разработка ПО средствами Python». Пройдя несколько дополнительных курсов, и поработав аналитиком на фрилансе, в апреле 2018 году устроился в Skyeng. Через год, в апреле 2019 года занял позицию Team Lead of Corporate Analytics Team.</p>
	<p>Муразанов Алексей - Управляющий партнёр @ Psychea</p> <p><i>Тема выступления: "Сообщение, стиль, речь, изображение в рекламной и маркетинговой коммуникации для представителей разных психотипов. Инструменты и практические рекомендации."</i></p> <p>Специалист по социологии, психологии больших и малых социальных групп, поведенческой экономики, стратегическому маркетингу и брендингу. В индустрии маркетинга и рекламы с 1996 года. Автор UNIVERSAL BEHAVIORAL MODEL PSYCHEA© - система структурно-динамического профилирования и сегментации, и пространство поведенческих стратегий</p> <p>Член профессиональных ассоциаций Член совета Ассоциация брендинговых компаний России - АБКР; Ассоциированный член IAA</p> <p>В портфеле клиентов PepsiCo, Nutricia, Altadis, Nestle, Fazer Group, Reckitt Benckiser, Wimm-Bill-Dann, J&J, Unimilk, Parmalat, Danone, Knauf, TEVA, ФРИИ, PNK group, Газпром-Медиа, ГК «Веда», Альфа-Банк, ВТБ, Сбербанк, ФСК Лидер, MARS, Bioguard, Увелка, Asta Medica, Razgulay Group, Inverhouse Distillery Ltd, Akzo Nobel NV, РУСАГРО, Донской табак, ТД «Арома» и др.</p>



Нестер Роман - Со-основатель @ Segmento | Профессор ВШЭ

Тема выступления: "Как должны измениться маркетологи в эпоху Martech - или быть уволены"

Тезисы:

- Что за проблема и откуда взялась. CRM-аналитика и реклама-медиабаинг в компаниях разделены и откуда это взялось.
- Как на этой проблеме компании теряют деньги.
- Martech меняет устройство компаний.
- Где брать новые кадры и где переучивать старые.



Нигматуллина Михринисо - Бизнес эксперт по интернет маркетингу

Тема выступления: "Тенденции электронной коммерции, которые нужно не упустить в 2020 году. Раскрою секреты успешного ведения бизнеса в сфере электронной коммерции и методы увеличения продаж онлайн."

Сотрудничала с международными и старт ап компаниями. Автор публикаций СМИ по маркетингу и интернет продажам. (фото приложила). Выпускница МГУ им.М.В.Ломоносова, факультета государственного и муниципального управления.



Обморошев Борис - Руководитель службы развития аналитической экспертизы бизнеса @ Яндекс.Такси

Тема выступления: "Как улучшить маркетинг, когда у вас есть данные"

Тезисы выступления:

Расскажу про подходы к персонализации маркетинга на примерах Яндекс.Такси
Рассмотрим разные подходы, их применимость, плюсы и минусы.

Окончил физический факультет МГУ в 2012 году, немного поработал инженером в промышленной электронике, а затем с 2016 работает аналитиком в Яндекс.Такси. Наблюдал рост аналитической команды от 4 до 100 человек. Сейчас руководитель службы развития аналитической экспертизы бизнеса.



Огорельцев Никита - New Business Group Head @ While Mobile, ГК Риалвэб

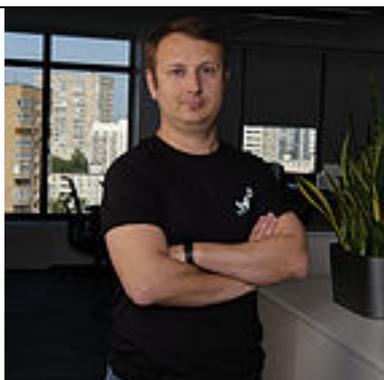
Тема выступления: "Повышение имиджа бренда через OLV - кампанию на примере кейса "Помидорка""

Тезисы выступления:

На примере кейса "Помидорка" мы расскажем вам как с помощью охватной OLV - кампании и правильной работой с аудиторией перевести уже известный бренд в более премиальный сегмент.

	<p>После окончания МГПУ по специальности "Реклама и связи с общественностью" продолжил свой путь в digital. Креативный подход помогает придумывать новые решения для самых нестандартных клиентских задач. В данный момент занимается развитием агентства WhileMobile (ГК Риалвеб) в роли New Business group head</p>
	<p>Оковытый Денис, Коммерческий директор проекта "Metacar" @ ICNX</p> <p><i>Тема выступления: Автоматизация процессов бизнеса автомобилей с пробегом</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Всё в одном, или как сервисы "одного окна" помогают бизнесу автомобилей с пробегом» • Система, собравшая необходимые инструменты и автоматизирующая работу всех участников бизнеса автомобилей с пробегом. • Основные блоки: Дэшборды, Хостес, CRM, Умные рассылки, Согласование оценок, Умный анализ цен, Умное фотографирование, Экспорт объявлений, Управление продажами, KPI бизнеса и сотрудников, Статистические отчеты, Печатные формы, Планы и протоколы. <p>Более 13 лет в автобизнесе, работал в Major, Genser, VW GROUP RUS (AUDI).</p>
	<p>Павлов Александр - CEO @ Медиа Порт</p> <p><i>Тема выступления: "Advertorial 2.0: digital PR + programmatic"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зачем рекламодатели по-прежнему тратят бюджеты на PR-статьи • Какие минусы таит в себе классическая модель их размещения • Модель с оплатой за прочтение материала как альтернатива неизвестности • Programmatic как инструмент продвижения • Визуализация данных • Инструменты внешнего аудита <p>В рекламе с 2005 года, из них последние 9 лет в digital. Довелось работать с разными товарными сегментами, но особенно плотно - с фармой (актуально по сегодняшний день). В 2016 г. вдвоём с коллегой начали развивать тему совмещения PR и programmatic, что вылилось в новое направление в бизнесе.</p>
	<p>Пимкин Артем - Data Scientist @ PepsiCo</p> <p><i>Тема выступления: "FMCG e-commerce: сегментация потребителей для персонализации ценовой политики и предложений"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Зачем делиться с FMCG гранулярными данными • Как интерпретировать результаты работы алгоритмов машинного обучения при сегментации пользователей • Как использовать результаты аналитики потребителей в production

	<p>Выпускник и преподаватель МФТИ. Руководил командой разработки решений на основе глубоких нейронных сетей для автоматизированной обработки медицинских данных в области радиологии. Текущая деятельность связана с data driven проектами международной команды PepsiCo Advanced Analytics, занимающейся внутренним консалтингом. Примеры проектов: автоматизация аналитических процессов, модернизация ценовой политики, разработка стратегий брендов и т.д.</p>
	<p>Полунина Анна - Digital manager Deodorants category @ Unilever Russia</p> <p><i>Тема выступления: "Персонализация для роста лояльности аудитории FMCG-бренда. Кейс Unilever-Едадил."</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Персонализация как способ растить размер лояльной аудитории • Показатели конверсии в зависимости от степени лояльности к бренду • Ключевые метрики эффективности - продажи vs затраты • Постэффект и как работать с аудиторией на длинных дистанциях
	<p>Разнатовская Ирина - Коммерческий директор B2B @ Skyeng</p> <p><i>Тема выступления: "Три простых шага для кратного роста продаж, которые никто не делает"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ключевые метрики в продажах • Как принимать решения на основе аналитики • Как не бояться внедрять кардинальные изменения • Насколько амбициозным может быть план продаж на следующий год <p>Почему этот доклад будет интересен аудитории: Внедрить аналитику продаж в том или ином виде может позволить себе абсолютно любой бизнес. Мы прошли путь от подсчёта руками до целого отдела аналитики. На всём протяжении этого пути продажи росли в 3-5 раз каждый год. Мы поделимся всеми нашими наработками.</p>
	<p>Родченко Константин - CEO @ Loyalme</p> <p><i>Тема выступления: "Как не облажаться, реализуя масштабный CRM проект"</i></p> <p>Константин руководит бизнесом LOYALME уже 10 лет. Компания реализует долгосрочные проекты в области Loyalty & CRM для таких клиентов как Estée Lauder, L’Oreal и LVMH. Своей работой Константин пропагандирует взаимозависимость стратегии, технологии и процессов для успешной реализации проектов организационной трансформации. В настоящее время Константин управляет трансформацией бизнеса LOYALME из консалтингового агентства в продуктовый бизнес. Константин получил уникальный для индустрии опыт на рынках России, США и Франции. Он является выпускником программы GEMBA бизнес-школы INSEAD, участником программы акселерации NUMA (Париж) а также регулярным участником стартап-мероприятий в России, США и Франции.</p>



Рудой Виктор - Директор Data Sourcing департамента (RU&CIS) @ HERE Technologies

Тема выступления: "Геолокация на службе у бизнеса"

Тезисы выступления:

- в каких индустриях и почему наиболее востребована геолокация (ритейл, транспорт и логистика, городская мобильность и пр.);
- основные критерии при выборе картографической платформы;
- успешные кейсы применения геолокации для решения задач бизнеса (российский и международный опыт).

В рамках своего доклада Виктор расскажет о текущих достижениях и будущем отрасли, её влиянии на ритейл и прочие индустрии, а также о личном опыте работы с платформой HERE.

Виктор является опытным менеджером с более чем 14-ти летним стажем работы в геолокационной индустрии и обладает глубоким пониманием тенденций развития геосервисов.

Команда Виктора стояла у истоков создания геосервисов для России и стран СНГ (Navteq/Nokia Maps), в настоящий момент геолокационная платформа HERE Technologies используется такими компаниями, как SAP, Microsoft, AWS, Bosch, Pioneer и пр.



Салихова Оксана - CEO @ Vein Technologies

Тема выступления: "Чат-бот как инструмент формирования лояльности"

Окончила Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова.

В 2007 году занимала должность PR-специалиста в компании «КРОК».

Работала PR-директором в компании Energy Consulting.

С 2010 года – глава digital-направления Vein Technologies.

С 2012 года – глава event-направления Vein Technologies.

С 2014 года по настоящее время занимает должность генерального директора Vein Technologies.



Серегин Михаил, Менеджер по целевому маркетингу @ Яндекс.Едадил

Тема выступления: "Персонализация для роста лояльности аудитории FMCG-бренда. Кейс Unilever-Едадил."

Тезисы выступления:

- Персонализация как способ растить размер лояльной аудитории
- Показатели конверсии в зависимости от степени лояльности к бренду
- Ключевые метрики эффективности - продажи vs затраты
- Пост эффект и как работать с аудиторией на длинных дистанциях

	<p>Смирнов Филипп - Старший менеджер по работе с партнерами @ Яндекс.Дзен</p> <p><i>Тема выступления: "Где болит? Эмпатия как основа контентной стратегии"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Какой контент на самом деле нужен людям. • Что делать рекламодателям, чтобы контент продавал. • Дзен как универсальная площадка под любые цели. • Успешные кейсы: как рассказать о своих продуктах, чтобы получить готового к покупке пользователя.
	<p>Смирнова Ольга - ____ @ Яндекс</p> <p><i>Тема выступления: "Digital трансформация маркетинга"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Какой контент на самом деле нужен людям. • Что делать рекламодателям, чтобы контент продавал. • Дзен как универсальная площадка под любые цели. • Успешные кейсы: как рассказать о своих продуктах, чтобы получить готового к покупке пользователя.
	<p>Спивак Александра - CEO @ Mooviv Me</p> <p><i>Тема выступления: "Как снизить стоимость лида с технологией быстрого создания анимационных креативов?"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <p>Какие возможности открывает технология массового создания креативов для тестов в маркетинге?</p> <p>Кейс как с нами снизили стоимость лида в 2 раза с 2000 руб до 1000 руб.</p> <p>Кейс как с нами увеличили CTR в 3 раза.</p> <p>Тренды: опыт в таргетинге и ретаргетинге с рынка — что запускали крупные компании и какой эффект это дало.</p> <p>Вывод. Новые технологии позволяют экономить бюджет и открывают новые пути, которые раньше могли себе позволить только крупные игроки.</p> <p>CEO стартапа Mooviv Me — технология массового создания анимационных креативов для РК.</p> <p>CEO и Основательница стартапа "25 часов" — сервис удалённых помощников. В прошлом менеджер продукта в IT компаниях и стартапах в сферах от Edutech и HR до сервисов для маркетинга. Есть опыт в консалтинге и трекерстве стартапов в стадиях от "нет идеи" до первых повторяемых продаж.</p>



Старостин Александр - CEO @ First data

Тема выступления: *"Измерение эффективности маркетинговых коммуникаций брендов в интернете и на ТВ с помощью offline продаж"*

Тезисы выступления:

Одной из основных задач бизнеса является измерение эффективности маркетинговых коммуникаций, однако на текущий момент возможно только косвенное измерение в рамках составления эконометрических моделей. First data позволяет напрямую связать пользователей, которые видели рекламу бренда с их покупками в offline и online. Это позволяет компаниям из всей продуктовой линейки рекламировать только те SKU, которые наиболее востребованы потребителями, выбирать для этого не общий таргетинг МЖ20-45, а выделить максимально покупающие аудитории, а также точно подбирать сообщения и форматы рекламных материалов, что в конечном счете ведет к росту продаж!

Выпускник Финансовой академии при Правительстве России, кандидат экономических наук. Начал свою карьеру более 15 лет назад в крупнейших PR агентствах, в 2008 создал собственное digital агентство (Smartica), а в 2017 стал одним из фаундеров First data. Проект сфокусирован на измерении эффективности маркетинговых бюджетов, благодаря демонстрации взаимосвязи пользователей, которые видели рекламу в интернете, на телевидении или в наружной рекламе с их offline покупками.



Степанов Олег - Технический директор @ Интернет-агентство «Инсайд»

Тема выступления: *"7 правил клиентосбережения для успешных компаний"*

Тезисы выступления:

- как увеличить продажи и сохранить клиентов
- зачем бизнесу CRM, если можно продолжать мучения с Excel
- почему лидогенерация в интернете стала доступнее

Технический директор интернет-агентства «Инсайд», опыт работы более 15 лет в разработке ПО



Суслова Ника - Эксперт по качеству данных @ HF Labs

Тема выступления: *"Как превратить безликие данные о транзакциях в клиентский профиль?"*

Тезисы выступления:

- Чтобы перейти к data-driven marketing нужно совершить в компании небольшую революцию.
- Данные, которые обычно есть у компании собираются в разрезе продуктов, которые она продает — сим-карт, банковских счетов, полисов.
- А персонализированные предложения нужно строить для клиента. Увидеть клиента за лесом транзакций помогают МДМ-системы, которые собирают по кусочкам данные о пользователях из всех доступных систем и объединяют их в одну карточку клиента.

В докладе я расскажу

- Почему недостаточно найти и устранить дубликаты один раз в CRM?
- Как организовать интеграции так, чтобы клиентский профиль был всегда актуален и доступен для аналитики?
- Зачем разъединять клиентов?
- Зачем контролировать качество данных и ориентироваться на него при построении маркетинговых кампаний?»

Исследователь данных с 10-летним стажем.

Прошла путь от «данных для отчетности» в качестве руководителя направления отчетности в Северо-Западном банке Сбербанка до «отчетности для данных» в роли Data Quality engineer в банке «Открытие».

Объединила первое со вторым в составе команды «Единого клиента» компании HFLabs.



Сычев Андрей - Директор по развитию бизнеса @ **Tiburon Research**

Тема выступления: "Провоцируем грамотно. Тестирование провокационного креатива."

Тезисы выступления:

- Как потребительские (пре) тесты помогают не выходить за рамки и провоцировать грамотно. Примеры из практики в котором неоднозначная реклама была воспринята на ура и примеры провалов.
- Правда ли что российская аудитория консервативна? Можно ли доверять мнению потребителей или все врут?
- Как правильно выстроить систему обратной связи от потребителей / систему «предупреждения об опасности»?
- Скорость – одна из важнейших характеристик грамотный провокации. Как получать обратную связь от потребителей в течение суток после того, как креатив готов.
- Затем 2-3 кейса – результаты тестирования провокационной рекламы.

Эксперт в области исследования потребителей на различных рынка с опытом работы 20 лет. Работал в международных компаниях GfK и Nielsen в должности директора по работе с клиентами, также отвечал за создания и развитие новых исследовательских продуктов.

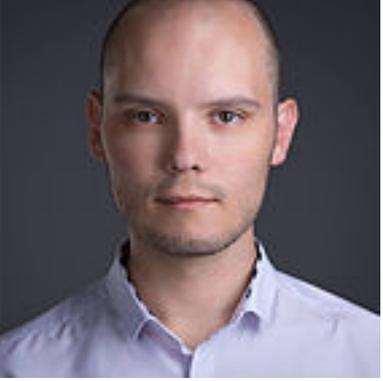


Труссе Арно - CEO @ **RILOS (Geomatrix platform)**

Тема выступления:

Арно Труссе получил степень магистра истории и географии в Сорбонне. В 2007 году он пришел в компанию «Ашан», где изучал поведение потребителей. В 2010 году Арно основал в Москве геомаркетинговую компанию «Рилос». Она предоставляет компаниям розничной торговли из России и СНГ технологические решения для планирования развития сетей, расчета правильной локации, исследования доступности и т.п. Сегодня, во главе Geomatrix, он предлагает аналитический онлайн SaaS инструмент для решения проблем, связанных с розничной торговлей: выбор места, оценка потенциала, организация маркетинговых кампаний.

	<p>Филатова Екатерина - Со-основатель и Президент @ Ассоциация дополненной и виртуальной реальности AVRA</p>
	<p><i>Тема выступления:</i></p>
	<p>Филина Мария - Senior product Manager DOOH&Indoor @ Mail.Ru Group</p>
	<p><i>Тема выступления:</i></p>
	<p>Фиошкин Алексей – CEO @ Admon</p>
	<p><i>Тема выступления: "Как рекламодатели приходят от борьбы с фродом (недействительным трафиком) к созданию собственных платформ"</i></p>
	<p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • На чем рекламодатели теряют деньги в интернет-рекламе (подсказка - комиссии, фрод, перехват покупателей). • Как самостоятельно оценить свои потери. • Собственная партнерская платформа как способ повысить контроль и эффективность расходов на рекламу.
	<p>Закончил физфак МГУ, около двух лет проработал в бизнес-консалтинге, более шести – в продажах.</p>
	<p>Чернилевский Денис - Руководитель проекта Алиса для бизнеса @ Яндекс</p>
	<p><i>Тема выступления: " Применение голосовых ассистентов для решения задач бизнеса: текущее состояние дел и будущие перспективы"</i></p>
	<ul style="list-style-type: none"> - Работаю в Яндексе более 7 лет. Более 11 лет опыта в IT - Руководил различными командами и проектами 50+ человек. - В том числе отвечал за разработку программной части Яндекс.Станции и партнерских устройств с Алисой и руководил разработкой платформы умного дома

	<p>- Экспертиза разработке ПО, в проектном/продуктовом управлении и развитии бизнеса.</p> <p>- Сейчас руковожу проектом Алиса для бизнеса, первым кейсом внедрения которого стала Алиса в отелях.</p>
	<p>Чухляев Илья - Региональный директор по региону CIS @ OWOX VI</p> <p><i>Тема выступления: "Как прогнозировать зоны роста и рисков в маркетинг-плане на основе данных"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Как правильно ставить цели в план по развитию маркетинг-аналитики — определите дальнейшие шаги развития маркетинг-аналитики в компании. • Обзор главных технологий и компетенций, о которых стоит помнить на каждом из этапов плана — вы будете заранее готовы и сможете забюджетировать нужные ресурсы. • К чему стоит быть готовым при внедрении маркетинг-аналитики в ваш бизнес — вы сможете составить план развития маркетинг-аналитики, учитывая возможные проблемы на этом пути. • Какие источники данных позволяют наиболее точно прогнозировать выполнение маркетинг-плана - вы сможете контролировать процесс выполнения плана и понимать как вам усилиться. <p>Опыт в онлайн аналитике 8+ лет. С 2013 по 2017 год возглавлял отдел аналитики Adventum, где работал с крупнейшими клиентами в отраслях телеком, финансы, недвижимость и мультиканальный ритейл. С 2017 года является региональным директором OWOX по региону CIS. Илья является сертифицированным консультантом Google Analytics и партнером по обучению Яндекс. Защитил диссертацию по веб-аналитике в США, MarketMotive, обучался у Авинаша Кошика (Avinash Kaushik). Как спикер Илья принимает участие с 2013 года в крупнейших конференциях по онлайн аналитике и маркетингу, таких как Go Analytics, RIW, Оборот и др. Илья преподает онлайн аналитику на специализированных курсах в tceh.com. За 2016-2018 годы у Ильи обучалось более 200 человек.</p>
	<p>Шателар Эурелия - CEO @ Ecritel Russia</p> <p><i>Тема выступления:</i></p> <p>Выпускница факультета международной экономики университета Париж-Дофин, прожила за границей 25 лет: Вашингтон, Лондон, Пекин, Афины, Москва, Монреаль и 7 лет в Москве. Ее предпринимательский опыт начался в Китае в сфере цифровой коммерции.</p> <p>Соучредитель стартапа, специализирующегося на электронной коммерции в Пекине, Шанхае и Москве, с ускоренным ростом от 0 до 40 сотрудников в период с 2009 по 2013 год. Компания была приобретена Altima в 2013 году.</p> <p>Помощник директора дочерней компании Altima Russia в течение 5 лет до приобретения Accenture Interactive в 2018 году.</p> <p>Основательница Opal-Agency, дочернего стартапа Altima Russia</p> <p>Генеральный директор Ecritel Russia - размещение и аутсорсинг в России</p>

	<p>Параллельно со своей профессиональной деятельностью Эурелия выступила инициатором двух московских форумов "Работаем вместе" (FTE) и была назначена членом Координирующего Совета "Трианонского диалога", где она создала динамику между участниками, чтобы запустить Форум Trianon Startups.</p>
	<p>Шелест Екатерина - Digital & CRM Head @ Pernod Ricard Rouss</p> <p><i>Тема выступления: "Чат-боты как инструмент CRM в dark market"</i></p> <p>Более 15 лет опыта реализации digital и e-commerce проектов. С 2016 года – Digital Leader IBM Восточная Европа/Азия. Возглавляла запуск сети виртуальных офисов IBM и российского IBM Marketplace. С 2018 года возглавляет направление Digital в Pernod Ricard Rouss, одном из лидеров рынка премиального алкоголя в России. Занимается разработкой и реализацией digital стратегий для ключевых брендов компании и развитием направления CRM.</p>
	<p>Шерер Анна - CEO @ Marketing Evangelist</p> <p><i>Тема выступления: "Психология нативной рекламы"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Почему возникла нативная реклама? • Как она работает? • В чем отличия от обычной? • Психологические механизмы нативной рекламы • Как создать рекламу, которая работает? <p>Эксперт в области поведенческого маркетинга, клинический психолог, автор проекта MARKETING EVANGELIST. Более 10 лет опыта в стратегическом маркетинге. Создание и управление Собственной Торговой Маркой ЛЭтуаль, Россия. Запуск парфюмерного направления бренда Yohji Yamamoto, Marketing Director, CEO, Великобритания.</p>
	<p>Шивалин Сергей - Эксперт по созданию систем сквозной аналитики @ UMSolution</p> <p><i>Тема выступления: "Возможности Google Marketing Platform на страже интересов бизнеса"</i></p> <p>Тезисы выступления:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Инфраструктура GMP • Преимущества GMP по сравнению с другими экосистемами • Как все устроено и схема работы • Защищаем unit-экономику • Защищаем наше время • Защищаем наш бюджет • Нестандартные модели атрибуции? Это просто! • И еще несколько нестандартных возможностей GMP, которые пригодятся всем <p>Работал: OSTIN, Creara, Mercedes-Benz Rus, Автомир, Медиа-Шторм.</p>



Шилов Максим - CEO @ UMS Digital

Тема выступления: "Видео реклама - как инструмент построения бренда"

Тезисы выступления:

- ОЛВ - быстро растущий сегмент интернет рекламы. Основная сложность при работе с этим каналом - оценка эффективности инвестиций, поскольку ОЛВ в отличие от контекста и других перформанс инструментов не ведет напрямую к покупке. В большинстве случаев ОЛВ используется как канал дополнительного охвата аудитории, которую сложно охватить с помощью традиционной ТВ рекламы, основная функция которой - рост и поддержание таких показателей, как знание бренда и Top of Mind.
- Поскольку порог входа на ТВ высок, рекламодатели стали обращаться к ОЛВ как к инструменту, который бы мог заменить им ТВ рекламу. И на рынке постепенно стали появляться успешные кейсы построения брендов без ТВ рекламы.
- Показ кейсов.
- Выводы о том, как правильно использовать ОЛВ для построения брендов и генерации продаж.

В рекламе с 1995 г. Начал карьеру в рекламной компании BBDO на позиции менеджер по закупкам ТВ рекламы. Занимал руководящие должности в крупнейших медиа агентствах Universal McCann и OMD Media Direction. Работал с мировыми брендами Gillette, Pepsi, Nescafe, Mercedes-Benz, Citroen, IKEA, Duracell, Nespresso, Electrolux, Braun, Goodyear. С 2010 г. специализируется на интернет маркетинге и продвижении. Занимал руководящие посты в компаниях Engage/Digitas/LBI, Twiga, Actis/Wunderman. В настоящее время работает в компании Union Media Service, занимается стратегическим планированием компаний в интернете, комплексными проектами, онлайн видео рекламой.



Широкова Ксения - COO @ Sarafan Technology Inc

Тема выступления: "Как использовать искусственный интеллект в маркетинге: экспресс-курс по самым эффективным инструментам"

Тезисы выступления:

На кейсах российских и зарубежных компаний рассмотрим, как при помощи AI можно:

- отслеживать тренды и покупательские предпочтения в режиме реального времени (кейсы H&M, Yoox).
- запускать нативные рекламные кампании в медиа (кейсы Guerlain, Kenzo).
- персонализировать общение с клиентами – на сайте и в профилях социальных сетей (кейс American Eagle, The North Face).

Ксения Широкова - исполнительный директор Sarafan Technology Inc., специалист по выводу проектов на внешние рынки и привлечению стратегических партнеров. За два года в проекте вывела Sarafan на рынки Германии, Франции, Италии, Словении и Румынии, в 12 раз увеличила сеть партнерских медиа. Имеет 14-летний опыт в маркетинге fashion и beauty-компаний - занимала ведущие должности в Next, Stockmann, Dermosil Oy.



Шлыков Сергей - CEO&Co-Founder @ Chatme.ai

Тема выступления: *“Реклама, трафик, лидогенерация и Чатботы. Как существенно улучшить конверсии по воронке с помощью диалоговых систем.”*

Тезисы выступления:

- Концепция связки маркетинговых инструментов с чатботами;
- Достижимые метрики по воронкам;
- Архитектура решений и как это работает;
- Персонализация: как смаршрутизировать пользователя на персонального бота.
- Что должен уметь диалог дизайнер, чатбот платформа и партнеры, чтобы реализовать проект.

Опытный спикер мероприятий, посвященных AI, автоматизации бизнес-процессов и чат-ботам. Магистр в области корпоративных финансов НИУ ВШЭ. Сергей имеет более 15 лет опыта в сфере венчурных инвестиций и консалтинга: Deloitte, «Ростелеком», медийный холдинг «Медиа3». Имеет опыт основания IT стартапов с нуля в области рекрутмента (поиск персонала, разработка сервисов и оптимизация бизнес-процессов), а также в финансовой сфере. Последние 3 года Сергей является основателем и директором компании Chatme.ai – разработчика диалоговых систем для создания умных виртуальных ассистентов с применением технологий искусственного интеллекта.



Щербаков Анатолий - CEO @ Magic Quick

Тема выступления:

Тезисы выступления:

- AR в повышении конверсии в ритейле;
- Вирусный AR в Instagram и его эффективность;
- Как AR увеличивает Impression;
- Кейсы США.



Яушев Антон, Руководитель группы по работе с ключевыми клиентами @ Segmento

Тема выступления: *“Оптимизация интернет-рекламы с помощью офлайн-данных (Online-to-Offline)”*

Тезисы выступления:

- Как с помощью интернет-рекламы повлиять на 21% покупок в магазинах бренда?
- Как стоит оптимизировать таргетинги, основанные на офлайн-поведении интернет-пользователей?
- Какие настроить рекламную кампанию, чтобы увеличивать офлайн-конверсии и получать качественные и значимые результаты?

Экспертиза в сферах: маркетинг, стратегии коммуникации в digital, аналитика digital-рекламы, аналитика пользовательского пути (Customer Journey Map), коммуникации на основе больших данных.

Ранее управлял проектами в российских и международных рекламных группах, специализирующихся на event-маркетинге, SMM, брендинге, комплексном предоставлении digital-услуг.

Является приглашенным спикером в Школе девелопера Московской международной школы бизнеса «МИРБИС», где читает курс о новых технологиях в digital среде.