



ДЕНЬ БРЕНДА

10 ОКТЯБРЯ 2025

ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

ЗАЛ 1

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 «День Бренда»: смотрим в будущее

Рекламный рынок России вступил в новый цикл системных изменений. Меняются не только бюджеты и каналы, но и центры притяжения внимания потребителей: технологические платформы, e-commerce и экосистемы сегодня предлагают не просто структуры сбыта товара, а новые модели для бренд-коммуникаций.

Традиционные охватные медиа остаются востребованными, но становятся менее доступными для рекламодателей некоторых категорий — высокий спрос подстегивает инфляцию. Новые каналы требуют не только тестирования, но и переосмысления подходов к оценке эффективности влияния на потребителя. На рынок выходит новое поколение покупателей: «Альфа» и «Джензи» с новыми ожиданиями и моделями потребительского поведения. Маркетинг больше не может опираться на устоявшиеся догмы. Необходимы новые ориентиры: переоценка эффективности, отношения, основанные на доверии, и использование данных как фундамента решений.

На конференции «День Бренда 2025» лидеры рекламодателей, агентств, платформ, технологических компаний и ритейлеров обсудят трансформацию бюджетов, новые модели взаимодействия брендов и подрядчиков, индустриальные правила игры в новой реальности.

Каким будет маркетинг в 2026 году? Какие метрики станут решающими при выборе стратегий и бизнес-партнеров? Какие инструменты уже работают, а какие пока остаются в эксперименте? Эти вопросы определяют, как мы все смотрим в будущее: не как в абстракцию, а как в пространство решений, возможностей и роста для брендов и бизнеса.

Спикеры

Модератор

Ирина Зернышко

«Арнест ЮниРусь»

директор по маркетинговому
коммуникациям

Василий Туровец

SkyAlliance

управляющий партнер

Ольга Барская

OMD OM Group

вице-президент по развитию

Елена Мельникова

MTS Ads

генеральный директор

Яков Пейсахзон

«Авито Реклама»

директор

Алексей Бахтеров

Media Instinct Group

президент

Елена Чичина

«Яндекс Реклама»

директор направления
Сервисы

Татьяна Кашенко

VK

директор по работе с
клиентами и агентствами

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Мультиэкранная экосистема: как брендам работать с новым телевидением

Телевидение остается самым мощным каналом воздействия на аудиторию и незаменимым инструментом для построения сильных брендов. При этом само понятие «большого экрана» кардинально трансформировалось: сегодня это экосистема, объединяющая линейное ТВ и Smart TV, мобильные и десктопные платформы, профессиональный контент собственного производства и совместные проекты со стримингами.

Эта эволюция открывает для брендов новые возможности. Технологичные решения позволяют не просто транслировать рекламу, а создавать многоуровневые коммуникации: от таргетированных сообщений и персонализированного контента до глубоких интеграций в сериалы и шоу. Специальные проекты, коллаборации с видеоплатформами и инновационные форматы обеспечивают максимальную вовлеченность аудитории и долгосрочный эффект для бренда.

В рамках пленарной дискуссии лидеры индустрии, представители ведущих телеканалов и крупнейшие рекламодатели обсудят, как меняется медиопотребление и какие стратегии позволяют извлекать максимум из возможностей современного ТВ. Поговорим о развитии телевизионного контента, новых форматах взаимодействия с аудиторией и глобальных трендах, формирующих будущее телевизионного рынка.

Ключевой вопрос сессии: каким будет «большой экран» завтра и как брендам извлекать из него максимум эффективности?

Спикеры

Модератор

Лариса Щипанова

НСК

руководитель департамента
бизнес-аналитики, маркетинга
и коммуникаций

Ксения Ачкасова

Mediascope

исполнительный директор

Владимир Бабков

сейлз-хаус «Эверест»

генеральный директор

Михаил Горбунцов

Т-Банк

медиадиректор

Алла Миронова

ГК «Черноголовка»

медиадиректор

Мария Дворядкина

«Союзмультфильм»

генеральный директор
телеканала «Мультиландия»

Валентина Ху

Dream

директор по маркетингу

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Вокруг шум! Пять стратегий для брендов, чтобы звучать громче рекламы

Мир маркетинга — бесконечный поток сигналов, внимание потребителя — дефицитный ресурс.

Неважно, давно компания на рынке или борется за выход, — формула роста знания у каждого одинаково сложная. Отличие — в ключевом компоненте. Мы собрали лучших стратегов в медиарекламе и маркетологов известных брендов, которые расскажут про свой опыт поиска «пятого элемента» в условиях борьбы за внимание.

Спикеры

Модератор

Максим Ермолаев

Media Instinct Group

Chief Digital Officer

Александр Сироватский

Media Instinct Group

вице-президент по стратегии

Егор Лапыгин

Media Instinct Group

Client Service Director MI10

Нгуен Хай Иен (Мария)

«Маревен Фуд Сэнтрал»

директор по маркетингу

Максим Солдатов

KGM

руководитель медиа

Анастасия Порубаева

YOTA

руководитель направления по бренду и маркетинговым коммуникациям

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Медиясаммит: география маркетинга, химия коммуникаций

Медияландшафт продолжает меняться — аудитория диктует новые правила игры, а рекламодатели ищут эксклюзивные пути к сердцам потребителей. Сегодня успех кампании определяется не размером бюджета, а глубиной понимания особенностей потребителя и грамотной стратегией, их учитывающей.

Современный потребитель живет в мультиканальной реальности, и каждый канал требует своего — исключительного — подхода к взаимодействию с аудиторией.

На медиясаммите ведущие эксперты из разных медиа вместе с крупнейшими рекламодателями обсудят актуальные вызовы массовых коммуникаций. Разберем, как меняются паттерны медиапотребления, почему локальная идентичность становится конкурентным преимуществом даже для федеральных брендов и какие стратегии помогают достигаться до аудитории в эпоху информационного шума.

От специфики контента для разных медиаканалов до региональных инсайтов — откроем формулу эффективной коммуникации в актуальной действительности.

Спикеры

Модератор

Александра Корнилова

НСК

заместитель руководителя департамента бизнес-аналитики, маркетинга и коммуникаций

Сергей Книжук

Starlab (входит в ГК Starlink)

управляющий директор

Елена Батракова

НРА

заместитель генерального директора НРА по работе с регионами

Илья Шершуков

Admetrix

генеральный директор

Юлия Андрюшова

«ГПМ Радио»

эксперт «ГПМ Реклама», директор департамента бизнес-коммуникации и аналитики

Мария Чеканова

Health&Nutrition

директор по маркетингу

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 2

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Медиамикс 2025: как в период кризисной экономики не терять эффективность рекламы. Тренды и опыт крупных брендов.

Рассмотрим глобальный 360-градусный подход к планированию рекламы, который позволяет эффективно распределять бюджет, объединяя медийную рекламу, блогеров и социальные сети в единую стратегию.

Спикеры поделятся опытом создания медиамикса для запуска новых продуктов, включая выбор последовательности каналов и оптимальное распределение между ними.

Обсудим, как изменения в рекламной среде влияют на стратегии медиамикса, а также появление новых, неожиданных каналов, которые могут стать эффективными инструментами для достижения целей брендов.

Спикеры

Модератор

Татьяна Ковалевская (Долдо)

MTC Ads

директор департамента продаж

Юлия Гарбузова

MTC Ads

директор по продажам рекламным агентствам

Марина Гаршева

RWB (Russ & Wildberries)

медиаменеджер

Арсений Черкасов

«Останкинский мясоперерабатывающий комбинат»

руководитель по онлайн-продвижению

Анна Платова

«ВкусВилл»

лидер по онлайн-маркетингу

Анна Добрянская

АНО «Национальные приоритеты»

руководитель дирекции интернет-проектов

Григорий Новиков

АНО «Национальные приоритеты»

директор по развитию

Елена Логунова

«Байкал Аква»

директор по маркетингу

Дмитрий Быркин

Mera by Okkam

директор по медиа продуктам и стратегии

Ольга Вороватова

«Дикси»

руководитель отдела Digital-продвижения

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 От бумаги к пикселям: как наружная реклама стала каналом с измеримой эффективностью

Обсудим трансформацию индустрии наружной рекламы. Центральная тема дискуссии — измеримость наружной рекламы — объединяет всех участников рынка: рекламодателей, агентства, владельцев инвентаря и технологические компании. Недостаточная измеримость является фундаментальной проблемой, ограничивая потенциал канала и сдерживая бюджеты рекламодателей. Эксперты обсуждают новые решения и подходы в оценке эффективности наружной рекламы.

Спикеры

Модератор

Сергей Стрелкин
OONDESK
исполнительный директор

Александр Хасия
ОТП Банк
Media lead

Илья Шершуков
Admetrix
генеральный директор

Валерия Ткач
Vision
генеральный директор
исследовательского агентства

Борис Саленко
«Яндекс»
руководитель направления
цифровой наружной рекламы

Георгий Остапенко
SAMBA by Okkam
генеральный директор
платформы

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Измеряемость и эффективность в новых реалиях

Как меняется подход к оценке рекламных инвестиций в трансформирующемся рынке
Эффективность больше не сводится к стандартному набору метрик. Экосистемы становятся медиаплатформами, e-commerce берет на себя задачи брендинга, классические медиа дорожают — и все это требует переосмысления того, как мы оцениваем результат.
Что считать успехом: знания, клики, продажи, внимание? Как работают атрибуции в мультиканальной логике? Что делать в условиях закрытых данных и отсутствия единой панели?
В этой секции практики и аналитики обсудят:
– как компании сегодня строят маркетинговую аналитику;
– какие инструменты реально работают в российских реалиях;
– как меняется баланс между перформансом и медийностью;
– какие показатели становятся ключевыми при планировании 2026 года.
Речь пойдет не только о цифрах и технологиях, но и о зрелости — когда измеряемость становится не формальностью, а точкой роста.

Спикеры

Модератор

Евгений Пшеничнов
ex «Самолет»
руководитель направления
охватных digital медиа

Павел Вавилов
T2
руководитель отдела по
продвижению цифрового
маркетинга

Андрей Сазонов
MAY Brands
директор по маркетингу и
стратегии

Борис Базанов
«О'КЕЙ»
Digital директор

Анастасия Стукалова
RWB Media
директор по развитию стратегии
продаж и продавцов

Евгения Лысенко
«СберСеллер», **Perfluence**
директор по стратегии

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 3

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 Бренд не в ТОП-250, а рекламироваться надо

Средние и малые бренды сталкиваются с вызовами: ограниченные бюджеты, медиаинфляция и конкуренция с лидерами рынка. Как выделиться, когда ресурсы ограничены, а внимание аудитории становится все дороже?
В этой дискуссии мы разберем, как небольшим брендам конкурировать за внимание в 2025 году. Что эффективнее: микротаргетинг в Telegram и соцсетях или попытка массового охвата? Какие метрики — от CPA до вовлеченности — действительно отражают результат? Как выбирать каналы и оптимизировать затраты в условиях роста стоимости медиа?
Маркетологи, аналитики и практики поделятся кейсами, в которых эффективность достигалась не за счет масштабов, а за счет точности, гибкости и глубокого понимания своей аудитории.

Спикеры

Модератор

Оксана Трофимова
независимый эксперт

Оксана Карпухина
Gulliver Group
Executive Director

Александр Ярошук
MediaGuru
директор по развитию и
технологиям

Денис Кобялко
«Яндекс Доставка»
СМО

Анна Захарова
Ozon fresh
руководитель направления
маркетинга

Виолетта Юрьева
Divage
директор по маркетингу

Александр Кушнарв
«Яндекс Реклама»
эксперт по развитию бизнеса
медийной рекламы

Елена Кукарина
RWB Media
руководитель отдела развития
программатик-продаж Russ

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Омниканальность 2025-26: персонализация, данные и новые точки контакта

Бренды стремятся выстраивать бесшовное взаимодействие с потребителями во всех средах — от медиаэкосистем и e-commerce до офлайн-ритейла и сервисных приложений. Омниканальность больше не сводится к интеграции каналов: ключевыми становятся данные в реальном времени, персонализация и согласованность customer journey, где digital и physical точки соприкасаются и усиливают друг друга. Но вместе с возможностями растут и вызовы. Разнообразие экосистем усложняет координацию кампаний, интеграция данных требует новых решений, а измерение эффективности и управление бюджетами становятся чувствительнее на фоне медиадешевизации в одних сегментах и инфляции в других. Эксперты — маркетологи, агентства и площадки — обсудят, как бороться с фрагментацией аудитории, сохранять консистентность сообщений в разных каналах и какие стратегии реально работают на ROI. Отдельное внимание будет уделено прогнозам на 2026 год, когда новые технологии и форматы коммуникаций сделают конкуренцию за внимание потребителя еще острее.

Спикеры

Модератор

Марина Сафонова

Health&Nutrition

директор направления по цифровым коммуникациям

Модератор

Сергей Михайлов

Sber Devices

директор по маркетингу

Денис Шевченко

«М.Видео-Эльдорадо»

директор по маркетингу

Оксана Митягина

крупная международная фармацевтическая компания

руководитель подразделения омниканального маркетинга

Екатерина Костылева

Mediamaker (Group4Media)

бизнес-партнер по развитию новых технологий и продуктов

Артём Пуликов

MTC Ads

коммерческий директор

Андрей Егоров

«Пятерочка»

директор по стратегическому маркетингу

Яна Гузнова

VK

директор интегрированных проектов

Алина Багурина

Weborama

руководитель отдела по Data продуктам

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Smart TV / CTV: Большой экран в эпоху малого внимания

Smart-TV трансформировался из простого экрана в многомерную экосистему, где контент, сервисы и реклама сплетаются в единое цифровое пространство. Динамичный рост телевизионного рынка России открывает перед брендами целый спектр стратегических возможностей — от продвижения мобильных приложений до стимулирования продаж товаров любой категории. Smart-платформы дают рекламодателям инструменты таргетинга, programmatic-закупок и кросс-канального планирования. Для брендов это уже не просто размещение рекламы, а возможность встроиться в повседневные сценарии аудитории, использовать интерактив и персонализацию, а также видеть эффективность кампаний в реальном времени. Главный вопрос: преодолее ли Smart TV парадокс малого внимания и станет ли центром цифровой медиастратегии брендов в 2026 году?

Спикеры

Модератор

Марат Юлгушев

Adspector

генеральный директор

Зера Гюльметов

Adspector

операционный директор

Софья Мелентьева

Premier

старший менеджер по маркетинговым коммуникациям с вендорами

Дмитрий Никонов

Haier

управляющий директор по телевизионному бизнесу

Артём Аманов

«Купер»

руководитель отдела медиакommunikации

Константин Кобцев

SkyAlliance

Digital Buying Director

Дмитрий Филатов

MOEX

руководитель направления Digital рекламы

Владислав Петров

Platforma

руководитель направления «Рекламный программатик»

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Digital 2025: технологии, эффективность и бренды

Российский digital-рынок в 2025 году переживает новый этап зрелости. Он стал высококонкурентным: стоимость инвентаря растет, регулятор усиливает давление, а рекламодатели заново учатся считать эффективность и искать каналы с максимальной отдачей. Ключевым фактором трансформации стали технологии. Автоматизация и adtech-решения уже меняют медиапланирование, а ИИ перестал быть трендом и стал рабочим инструментом: генерирует креативы, прогнозирует поведение аудитории и сокращает издержки. Martech-платформы помогают брендам выстраивать новые модели работы с данными и управлять коммуникацией в реальном времени. В дискуссии мы рассмотрим успешные примеры брендов, которые используют новые инструменты digital для роста, и обсудим, как измерять реальную эффективность в условиях медиацифляции и какие стратегии позволяют извлекать конкурентное преимущество из быстро меняющегося рекламного ландшафта.

Спикеры

Модератор

Михаил Щеткин

Soloway

директор по развитию

Наталья Куликова

«Столото»

руководитель отдела маркетинга и развития опыта непрерывной игры

Александр Папков

группа АДВ

директор по инновациям

Никита Яппаров

VK

руководитель отдела Качества рекламы

Кирилл Владимирович

«Москвич»

Media Manager

Юлия Чистякова

Sintec Group

директор по маркетинговым коммуникациям

Анастасия Романова

Glorax

руководитель отдела рекламы

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 4

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Самые дорогие: как сегодня продвигать нишевые категории

Когда речь идет о продвижении в B2B-среде, среди топ-менеджеров, ЛПР-ов, состоятельных миллениалов или премиальных «Джензи», классические массовые стратегии теряют эффективность. Нишевые категории требуют точной настройки: продуманных каналов, высокого уровня контента, правильного тона и особой архитектуры доверия. Здесь важны не охваты, а глубина и контекст. А значит, ключевыми становятся вопросы:

- как строить премиальную коммуникацию в цифровой среде, где правит скорость и алгоритм;
- как говорить с теми, кто сам принимает решения и видит все рекламные ходы насквозь;
- как не перегреть бренд, сохранив чувство дистанции и статуса;
- какие инструменты действительно работают, когда стоимость одного контакта кратно выше средней по рынку.

В этой секции мы поговорим о маркетинге для самых требовательных: от B2B до тяжелого люкса, от CEO до новой волны premium-oriented потребителей. Где заканчивается просто «дорого» — и начинается «по-настоящему ценно».

Спикеры

Модератор

Анна Цыпцына

сейлз-хаус «Эверест»

директор по продажам ТВ-спонсорства

Андрей Алексеев

«МТС Медиа»

директор по маркетингу и развитию бизнеса

Ляля Шовкринская

«Панавто»

директор по маркетингу

Ирина Татарина

Flowwow

бренд-директор

Анастасия Медведева

«ВсеИнструменты.ру»

бренд-директор

Анна Жукова

OMD Resolution

директор по развитию

Петр Митюшкин

Soloway

директор по рекламным продуктам

Алина Силенко

«Авито Реклама»

директор клиентского сервиса

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Фокус на Gen Z. Как выстроить коммуникацию и завоевать сердца молодежи в условиях рекламного клаттера

Секция о самом требовательном и переменчивом поколении. Мы разберём, какие ценности и культурные коды определяют выбор Gen Z, и почему брендам недостаточно просто «быть в тренде».

На примере кейсов крупнейших компаний покажем подходы в коммуникации, которые реально работают.

А также обсудим стратегии и подходы, которые позволяют быть не просто заметными, а значимыми для молодежной аудитории.

Спикеры

Модератор

Игорь Краснов

MaxMediaGroup

генеральный директор

Екатерина Иванова

Альфа-Банк

начальник управления молодёжного маркетинга

Валерий Белоусов

OZON

Head of Offline Media Planning

Юрий Денисов

Insight Expert

генеральный директор

Ольга Бабкина

«МегаФон»

руководитель направления по традиционным медиа, спонсорству и партнёрству

Макс Брандт

медиа-менеджер, фуд-блогер

Юлия Ломако

«Магнит»

директор департамента по маркетинговым коммуникациям

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Креативный маркетинг: запрос на «большую идею»

Цифровизация и автоматизация сделали медиапланирование максимально предсказуемым, а технологии искусственного интеллекта уравнили базовый уровень контента. В условиях, когда инструменты становятся доступными для всех, именно big ideas превращаются в главный источник конкурентного преимущества брендов.

Мировые исследования подтверждают: компании, инвестирующие в креативный маркетинг, демонстрируют более высокие показатели роста и удержания аудитории. В центре внимания — не просто «реklamный креатив», а интеграция идей в стратегию бренда, продуктовый дизайн, пользовательский опыт. Это новый уровень синергии креатива и маркетинга, где инсайт важнее медиабюджета, а сильная концепция работает на долгосрочную капитализацию бренда.

Эксперты, маркетологи и рекламисты обсудят, как в новой медиасреде формируется запрос на большие идеи и что отличает успешные кейсы: способность создавать концепции, которые работают одновременно в коммуникации, в продукте и в бизнес-результатах.

Спикеры

Модератор

Екатерина Лошарева

«Остров Мечты»

заместитель генерального директора по маркетинговым коммуникациям

Наталия Тихонова

«Дикси»

руководитель управления рекламными коммуникациями

Марина Глушенко

Hoff

руководитель отдела по управлению бренда

Антон Березин

PresiDENT

бренд-директор

Эльдар Джинчарадзе

DDB Navigator

креативный директор

Кирилл Курнаков

JAMI LUP SPORT

руководитель отдела BisDev

Александр Кадыкеев

VOVA family, part of JAMI LUP

CEO

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 5

10:00 - 11:00 **Регистрация, приветственный кофе**

11:00 - 11:05 **Официальное открытие**

11:05 - 12:35 **Рекламные кейсы (I часть)**

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представят маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры				
Модератор				
Иван Мерзликин ИДС «Боржоми» руководитель направления коммуникаций и медиа	Ирина Фетисова группа компаний «Родная Речь» стратегический директор практики Brand Experience	Ксения Борисевич группа компаний «Родная Речь» старший стратег практики Brand Experience	Кирилл Павлов VK руководитель группы по работе с клиентами	Анна Баум «РОКВУЛ» директор по маркетингу
Анна Платова «ВкусВилл» лидер по онлайн-маркетингу	Наталья Жестарева «Сибирская коллекция» директор по маркетингу	Виктория Радецкая Digital Alliance коммерческий директор	Наталья Тихонова «Дикси» руководитель управления рекламными коммуникациями	Екатерина Гусакова OMD Digital Group Head
Валерия Сенчурова «ВсеИнструменты.ру» руководитель отдела социальных медиа	Мария Оприцова «Яндекс Ритм» руководитель продукта			

12:35 - 13:05 **Кофе-брейк**

13:05 - 14:25 **Рекламные кейсы (II часть)**

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представят маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры				
Модератор				
Яна Григорьева SkyAlliance PR-директор	Карина Раджабова Cofix директор по маркетингу	Полина Киндякова «Мон'дэлис Русь» менеджер по коммерческому планированию специальных маркетинговых программ	Сергей Жуков «Аскона» Head of Performance Marketing	Алина Дегтяренко Ozon менеджер по работе с ключевыми клиентами
Егор Варавин DIGITAL TWIGA руководитель группы по работе с клиентами	Мария Моржакова «Мон'дэлис Русь» менеджер по коммерческому планированию маркетинговых программ в розничных сетях	Станислав Щербаков «Карамбола.GEO» Founder, CEO	Олеся Нагорная ГПМ Реклама руководитель отдела продаж и коммуникаций с каналами ТНТ и ТНТ4	Дарья Кутырева Media Instinct Group директор по диджитал-спецпроектам
Алексей Гуревич Fix Price начальник отдела рекламы	Яна Зиновьева Т-Банк руководитель направления ТВ-спонсорства	Лилия Гаджиева PINPAI генеральный директор	Карина Кмытюк T2 старший менеджер по присутствию бренда в социальных сетях и спецпроектам	

14:25 - 14:55 **Кофе-брейк**

14:55 - 15:55 **Рекламные кейсы (III часть)**

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представят маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры				
Модератор				
Ирина Фетисова группа компаний «Родная Речь» стратегический директор практики Brand Experience	Наталья Крылова сейлз-хаус «Эверест» ведущий продюсер направления продакт плейсмент	Наталья Жестарева «Сибирская коллекция» директор по маркетингу	Елена Васькина «Мон'дэлис Русь» старший менеджер по коммерческому планированию специальных маркетинговых программ	Петр Середкин VK руководитель отдела по развитию продукта
Евгения Кониная «МегаФон» и Yota менеджер по интернет-маркетингу	Екатерина Николаенко «Мон'дэлис Русь» менеджер по планированию и запуску программ с дополнительной ценностью в розничных сетях	Илья Федотов «Авито Реклама» руководитель направления «Телеком»	Ксения Болендер «Арнест ЮниРусь» бренд-менеджер Repeat	Алина Сухарева «Арнест ЮниРусь» менеджер по цифровым технологиям

15:55 - 16:25 **Кофе-брейк**

16:25 - 17:25 Рекламные кейсы (IV часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представят маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры				
Модератор				
Александр Щипанов «Арнест ЮниРусь» Head of Digital	Юлия Зелепукина JETOUR директор департамента бренд-маркетинга	Эльвира Сафаева Adserving коммерческий директор	Кристина Лайус «Сберселлер» директор по коммуникациям и развитию партнерских отношений	Максим Петренчук Social Stars основатель
Дмитрий Свительский PlayVista генеральный директор	Алина Агапова Future Lab (входит в ГК Starlink) Digital Product Director	Софья Логашева «ВсеИнструменты.ру» ведущий интернет-маркетолог	Кирилл Борисов Realweb директор по клиентскому сервису	

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ЗАЛ 6

10:00 - 11:00 Регистрация, приветственный кофе

11:00 - 11:05 Официальное открытие

11:05 - 12:35 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представят актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры				
Модератор				
Маргарита Модникова Ozon менеджер по работе с ключевыми клиентами	Юрий Киреенко «Арнест ЮниРусь» руководитель направления digital-инноваций	Наталья Попутникова Okkam Trade Marketing руководитель по консалтингу	Денис Мартынов Astrum Entertainment менеджер по партнерскому маркетингу	Юлия Сараева MediaSniper коммерческий директор

12:35 - 13:05 Кофе-брейк

13:05 - 14:25 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представят актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры				
Модератор				
Никита Карасев группа компаний «Родная Речь» руководитель направления по внедрению искусственного интеллекта	Ксения Киселева METRO руководитель дивизиона маркетинга по взаимодействию с розничными потребителями	Маргарита Макжанова METRO руководитель отдела развития бренда	Ольга Вязовская DV GROUP Founder	Анна Курочкина LADA директор по маркетингу
Юлия Рубцова сейлз-хаус «Эверест» руководитель проектного офиса	Екатерина Дианская AMDG директор по продажам			

14:25 - 14:55 Кофе-брейк

14:55 - 15:55 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представят актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры			
Модератор			
Олеся Теплова LOOKY PRD	Ольга Зборовская Digital Alliance руководитель службы рекламных продуктов	Олеся Чечик X5 Media коммерческий директор	Геннадий Нагорнов Genius Group & Pharmatic Founder & CEO

15:55 - 16:25 Кофе-брейк

16:25 - 17:25 Эффективные рекламные технологии

Новая секция в программе конференции посвящена передовым решениям в области рекламных технологий. В течение дня эксперты представят актуальные разработки и подходы, раскрывая их механизмы и эффективность. Выступления сосредоточатся на том, как технологии решают задачи маркетологов и рекламодателей, с акцентом на данные, масштабируемость и конкретные результаты. Каждое выступление включает анализ решений, их технические аспекты, область применения и достигнутые показатели, подкрепленные цифрами и фактами.

Спикеры

Модератор

Евгений Голуб
Digital Alliance
заместитель руководителя
службы рекламных продуктов

Альберт Усманов
The Um Agency
Owner

Павел Буданов
Between Exchange
генеральный директор

Мария Корсунская
KDL | Медскан
директор по маркетингу сети
лабораторий

Ионицкий Станислав
HONGQI RUS
директор по маркетингу

Александра Копылова
Easy Commerce
(технологический партнер
Okkam)
директор по продуктам

17:25 - 17:35 Перерыв перед вечерней программой

ДЕНЬ БРЕНДА ПЛЮС Вечерняя программа с актуальными дискуссиями, лекциями и аналитикой. Доступна всем гостям конференции. С 17:40 во всех залах.

Комьюнити по интересам: новые подходы работы маркетинга с потребителями в ролевой модели «Увлеченный человек»

Спорт, культура, хобби — это сферы, где люди наиболее увлечены, мотивированы и объединены общими ценностями. Здесь они находят единомышленников, выстраивают ритуалы и ощущают себя частью комьюнити. Для брендов это не просто аудитория, а пространство возможностей: увлеченный человек открыт к диалогу, он ищет новые эмоции, сервисы и смыслы, готов разделять их с теми, кто разделяет его страсть.

В условиях высокой конкуренции на российском рынке, где за внимание и кошелек потребителя борются производители, ретейл, медиа и сервисы, именно такие сообщества становятся одним из немногих «незаполненных» каналов коммуникации. Работа с ними давно вышла за пределы классического спонсорства или SMM: сегодня бренду важно встроиться в жизнь комьюнити — через сторителлинг, постоянный диалог, полезные сервисы и соавторство достижений.

«Увлеченный человек» не только мотивирован, но и счастлив. А значит, бренд способен не просто продать продукт, но и разделить ценности, вдохновить и стать частью дела его жизни. Как этого достичь? Как строить партнерство с лидерами и рядовыми участниками сообществ? Об этом поговорим в дискуссии.

Спикеры

Модератор

Иван Данюшкин
«Родник»
директор по маркетингу

Галина Бибик
«СберСпасибо»
Head of Trade Marketing
Department

Андрей Поляков
realme
руководитель по маркетингу

Мария Новикова
«Шкулев Холдинг»
директор по организации и
продаже мероприятий

Михаил Смышляев
Easy Media
основатель и генеральный
директор

Александра Бондарь
проект «Сделано в Москве»
руководитель отдела PR и
рекламы

Евгения Шубина
«РОСМЭН»
digital-директор

Где найти инсайты, которые работают

Брендам сегодня недостаточно классических опросов или стандартных метрик. На первый план выходят методы, которые помогают объяснять мотивацию потребителей, выявлять скрытые паттерны поведения и находить новые источники роста. Персонализация, омниканальные сценарии и влияние технологий делают задачи маркетологов сложнее — и одновременно стимулируют поиск свежих идей и инструментов.

Современный маркетинг рисеч — это уже не отчеты, а наука о том, как соединять разные источники данных, технологии искусственного интеллекта и качественные методы для построения целостной картины. Важнее становится не просто фиксировать поведение, а понимать контекст и интерпретировать сигналы: от big data и соцсетей до этнографических наблюдений и экспериментальных подходов.

В фокусе — и внутренняя архитектура исследовательской экспертизы в компаниях: какие практики формируют этот блок внутри маркетинга, какие ноу-хау позволяют получать более точные инсайты, какие тренды видят исследователи в работе с данными. Отдельная ценность дискуссии — практические советы и рекомендации коллегам, которые помогают адаптироваться к новым условиям и выстраивать эффективные исследовательские процессы.

Спикеры

Модератор

Илья Фомичев
«АльфаСтрахование-Жизнь»
руководитель отдела онлайн-коммуникаций

Марина Синило
«СберМаркетинг»
руководитель направления
развития аналитики

Денис Бурцев
«Билайн»
начальник отдела медиа и
гейминга

Маруся Нерсесян
ORO
директор по развитию Digital &
Media

Полина Воронина
Flowwow
директор направления B2B-маркетинга

Денис Михалев
SkyAlliance
директор по стратегии

Елена Чебан
Media Instinct Group
лидер практики

Мария Шарашкина
Perfluence
директор по реализации CPA-продукта платформы

Ретейл-медиа и e-som: взгляд в будущее

Первая половина 2025 года стала знаковой для e-commerce и ретейл-медиа: на рынок вышли новые игроки из ретейла и бигтеха, предложившие рекламные возможности для крупных брендов и агентского рынка. Конкуренция обостряется — площадки запускают рекламные кабинеты, новые форматы и инструменты, формируют условия для системной работы с инвентарем. Кажется, что процесс замещения недоступного иностранного инвентаря последних лет наконец завершен — так ли это на самом деле? В секции обсудим с экспертами, с чем выходят к сезону сделок владельцы площадок, чего ждут рекламодатели и как будет развиваться сегмент в новом году.

Спикеры

Модератор

Елена Мельникова

MTS Ads

генеральный директор

Дмитрий Русов

«Магнит ADS»

CPO

Василий Максименко

dresscode. ai

директор по контенту

Павел Петров

«Купер»

директор рекламной коммерции

Анатолий Галенко

«Самокат»

руководитель группы партнерского маркетинга

Станислава Коллавини

METRO

руководитель отдела интеграционного маркетинга и стратегических партнерских программ

Сергей Юрченко

X5 Media

директор по стратегическому развитию рекламных продуктов

Мария Горобец

4FORMS

директор по маркетингу российского фешен-бренда

PR на максимум: от nano-инфлюенсеров до nano-кризисов

Роль PR в бизнесе продолжает меняться — на фоне фрагментации медиасреды, роста инфлюенсер-экономики и кризиса доверия к информации. Вместо централизованных каналов — экосистемы nano- и микроаудиторий. Вместо заранее прописанных стратегий — постоянная адаптация к контексту. Вместо классического антикризиса — работа в условиях постоянного репутационного напряжения. В центре дискуссии — новые вызовы и инструменты PR в 2025 году:

- Каким должен быть PR в эпоху снижения доверия к медиа, брендам и институтам?
- Как изменились антикризисные подходы в условиях ускоренных циклов потребления информации и эмоционального восприятия аудитории?
- Как эффективно работать с микро- и nanoинфлюенсерами, обеспечивая управляемость и возврат на инвестиции?
- Что значит «адаптироваться к ИИ-сторителлингу» и как сохранить контроль над визуальным и смысловым представлением бренда?
- Как брендам выстраивать диалог с «Джензи», избегая менторства и не теряя репутационного веса?

Участники сессии обсудят лучшие практики работы с распределенными сообществами, новые подходы к визуальной и смысловой коммуникации, инструменты профилактики и управления репутационными рисками. Особое внимание будет уделено PR как функции, обеспечивающей устойчивость бренда в условиях высокой турбулентности и информационного шума.

Спикеры

Модератор

Анна Иоспа

«АПУМ»

CEO

Полина Мельникова

«ВкусВилл»

лидер по внешним коммуникациям

Мария Телятникова

«Аскона»

руководитель отдела по связям с общественностью

Анна Китайкина

«Авито»

руководитель отдела по спецпроектам и бренд-коммуникациям

Александра Подпоринова

Splat Global

Head of PR

Рекламные кейсы (V часть)

Весь день в этом зале — более 30 прорывных идей из маркетинга и рекламы, реализованных в середине 2025 года! Вас ждут примеры самых результативных стратегий продвижения брендов: от перформанс-маркетинга и внедрения инноваций (данные, AI и не только) до креативных решений, нестандартных подходов и проверенных инструментов в традиционных и новых медиа. Опыт представят маркетологи ведущих компаний-рекламодателей.

Спикеры

Модератор

Михаил Бердников

Ozon

руководитель отдела маркетинга Care&Kids & Fashion

Эльман Кокляев

«Делимобиль»

руководитель отдела бренда и маркетинговых коммуникаций

Александр Щипанов

«Арнест ЮниРусь»

Head of Digital

Нгуен Хай Иен (Мария)

«Маревен Фуд Сэнтрал»

директор по маркетингу

Сергей Михайлов

Sber Devices

директор по маркетингу

Очень СМИшно: как брендам работать с медиа

Живая аудитория — это основа медиабизнеса. Новостные сайты, деловые медиа, блогеры и платформы строят свою экономику вокруг постоянного контакта со своими потребителями. Умение находить общий язык с разными людьми и придумывать интересные подходы к привычной коммуникации — их профессиональный навык. В этой вечерней секции эксперты отрасли поделятся своими советами о том, как брендам и агентствам эффективнее взаимодействовать с аудиторией медиа и какие интересные варианты коллабораций можно придумать.

Спикеры

Модератор

Ярослав Макаров

AdIndex

директор по маркетингу и развитию

Надежда Жуковская

«Медиалогия»

PR-директор

Элвин Музаффарли

«Пикабу»

старший менеджер по продажам

Екатерина Ерошкина

«Европейская Медиагруппа»

директор департамента маркетинга и аналитики

Илья Еропкин

сервис «Иду»

основатель

Диана Хоштария

Медиагруппа «Россия сегодня»

начальник управления рекламы

Ольга Стукалова

«Дзен», VK

руководитель команды коммерческих B2B продуктов