

Индустриальный форум «Out-of-home: стратегия на конкурентоспособность»

Время	Тема выступления	Спикеры
10:00	Регистрация, утренний кофе	
10:30	Приветственное слово. Деловая медиа-игра: «Зачем гадать?» Модераторы форума	Антон Солопов, партнер Ассоциации In+Out Наталья Куликова, генеральный директор Video Planning
10:45	Рейтинг федеральных ooh-провайдеров, как инструмент для бизнеса	Вячеслав Долгин, вице-президент Ассоциации In+Out
11:00	Дискуссионная панель I. Состояние ooh-рынка. Услышим откровенный разговор с лидерами отрасли о состоянии рынка сегодня, о возможных сценариях развития.	Модератор: Сергей Соболев, обозреватель РБК Дмитрий Грибков, директор по маркетингу и продажам Russ Outdoor Александр Эпин, генеральный директор Transit Media Group Николай Ковалев, генеральный директор Фокус Медиа
11:30	Панель II. Поведение рекламодателей. 2015 vs 2014	
11:30	Поведение рекламодателей в out-of-home. 2015 vs 2014	Татьяна Кезина, директор по стратегическому планированию PRIOR
11:45	Удержаться на поверхности. Состояние региональных рынков ooh-рекламы.	Станислав Чёрный, исполнительного директора рекламной группы Deltaplan
12:00	Изменения медиапредпочтений потребителей в связи с экономической ситуацией	Иван Угрюмов, руководитель отдела по работе с рекламными агентствами TNS Russia
12:15	Панель III. Кейсы	
12:15	«Бренды с ограничениями в рекламе»: креативные решения на легальных площадках.	Алексей Вальский, директор по маркетинговым коммуникациям Эфес РУС
12:30	Feedback: что ждут рекламодатели от отрасли.	Надежда Арзуманян, директор по связям с общественностью и рекламе Michelin Russia & CIS
12:45	Hipster.FM на частоте 60 км/ч	Hipster.FM
12:50	Lunch	
13:45	IV панель. Инструменты	
13:45	Форсайт 2020 – реклама в аэропортах	Алена Санталова, руководитель отдела видеорекламы AMS Group

Индустриальный форум «Out-of-home: стратегия на конкурентоспособность»

14:00	Соц-дем в наружной рекламе: тестируем адресные программы на соответствие целевой аудитории бренда	Павел Крюков, директор по наружной рекламе VivaKi Russia
14:15	DOOH – технологии будущего	Александр Фомин, и.о. руководителя департамента Vi Плазма
14:30	Помогут ли инновационные технологии стать ooh - earned media?	Короткин Кирилл, специалист по развитию корпоративного бизнеса Самсунг Электроникс Рус Компани
14:45	V панель. Как соединить физический и виртуальный мир? Рекламодатели оптимизируя расходы перенаправляют их в интернет. Но Ooh позволяет брать потребителя “на ходу” составлять более точную картину точек соприкосновения с потребителем в режиме реального времени. Казалось бы микс Интернет+ ooh - отличное решение. Однако, Агентство хочет понимать конверсию щита. Клиенту нужны цифры, что ooh повышает продажи. Можно ли посчитать конверсию? Позволяет ли микс интернет+OOH оптимизировать бюджеты? Методы, решения, стоимость.	
14:45	Как работает Интернет + OOH?	Ирэна Янцен-Коваленко, руководитель медиа группы UM
15:00	Размещение с оплатой за целевое действие – мечта или реальность? Что делать, если клиент нуждается в рекламе, но при этом не верит в результат и не понимает, как она работает? Продавать что-то клиенту в такой ситуации бесполезно. Решение: реклама с оплатой за результат. Причем результат - это не контакт и даже не звонок. Это % от полученной клиентом выручки, поступившей к нему в результате рекламной кампании.	Дмитрий Куркович, генеральный директор АйзМедиа Андрей Изотов, генеральный директор Светелкин.РФ
15:15	Измеряем медийную и финансовую эффективность ooh рекламы. Что такое эффективность рекламной кампании? Чем медийная эффективность отличается от финансовой? Как измерять в наружной рекламе и ту, и другую? И как потом использовать эти данные? Ответим на эти вопросы вместе в ходе выступления.	Валерия Ткач, заместитель руководителя направления по развитию медийных продуктов Dentsu Aegis
15:30	IV дискуссионная панель. Медиаметрия в Подмоскowie. Медиаметрия - важнейший инструмент успешной рекламной кампании, доступный в 41 городах России. В Подмоскowie исследование стартовало в тестовом режиме на 17 федеральных трассах. Что мешает развивать исследование? Что такое Подмоскowie? Это продолжение Москвы или комплекс городов и трасс? Сколько стоит и готовы ли операторы платить за исследование? Есть ли альтернативные решения? Могут ли они стать валютой на рынке?	Модератор: Владислав Литовка, главный редактор, журнал Outdoor Media Александр Менчук, руководитель Главное управление по информационной политике Московская область Андрей Березкин, генеральный директор исследовательской компании ЭСПАР-Аналитик Наталья Руманова, управляющий директор ГК «Игроник» Илья Шершуков, генеральный директор агентства «Региональная Медиа Группа» Дмитрий Цибилов, генеральный директор компании VINEX

Индустриальный форум «Out-of-home: стратегия на конкурентоспособность»

16:00	Диалог с властью Одним из барьеров в выборе рекламодателя в пользу out-of-home: неопределенность в отношении рекламоносителей, все ли незаконные конструкции снесены? Можем ли мы успокоить клиента, что последний “незаконный” носитель снесен? Об этом и многом другом говорим с руководителями властных структур	Модератор: Сергей Соболев, журналист РБК Александр Менчук, руководитель Главное управление по информационной политике Московская область Дмитрий Кремлев, заместитель руководителя Управления наружной рекламы и информации исполнительного комитета Казань (Казань) Олег Макоедов, председатель комитета по рекламе мэрии Ярославля Никита Пипко, президент группы компаний «Игроник»
16:30	Медиа-игра: зачем гадать? Подведение итогов	Антон Солопов, партнер Ассоциации In+Out Наталия Куликова, генеральный директор Video Planning
17:00	Заключительное слово.	Антон Солопов, партнер Ассоциации In+Out Наталия Куликова, генеральный директор Video Planning