

В числе выступающих



Илья Якубсон
Президент ГК «ДИКСИ»



Владимир Долгов
Генеральный директор Google Russia



Игорь Честин
Генеральный директор WWF Russia



Настасья Савина
Вице-президент АБВУУ



Яна Мазурова
Коммерческий директор «Связной банк»



Малкольм МакДональд
профессор Cranfield School of Management
(Великобритания)



Ирина Скоробогатых
Заведующая кафедрой маркетинга РЭУ
им. Плеханова



Татьяна Комиссарова
Декан Высшей школы маркетинга и
развития бизнеса НИУ ВШЭ



Рауль Ленсинк
Основатель и Генеральный директор
Favela Fabric



Гаррет Джонстон
советник по маркетингу с мировым именем



Федор Костяшкин
New Media Manager, Ozon.ru



Андрей Матвеев
Директор по маркетингу
корпорации Intel в России



Клайв Вуджер,
Основатель компании SCG London



Евгений Ларионов
Генеральный директор Ex Libris



Алексей Костин
Исполнительный директор НП «КСО –
Русский Центр»



Дмитрий Белоногов
Управляющий директор
Saatchi & Saatchi X Russia



Ирина Коновалова
Директор по стратегическому
планированию Saatchi & Saatchi X



Место проведения:

Hilton-Ленинградская, Москва, ул. Каланчевская 21/40
www.hilton.com

Об организаторе:

B2B Conference Group (BBCG) – лидер в организации главных ежегодных саммитов для топ-менеджеров ключевых отраслей экономики России: розничной торговли, производства потребительских товаров, сельского хозяйства и сферы услуг.
Контакты:

По вопросам выступления:

Екатерина Гусева
+7 (495) 785-22-06 ext. 1132
+7 (903) 629-06-39
E.Guseva@b2bcg.ru

По вопросам спонсорства:

Елизавета Носенко
+7 (495) 785-22-06 ext. 1215
+7 (910) 473-98-78
Elizaveta@b2bcg.ru

Ольга Монастырева
+7 (495) 785-22-06, 781-11-34, ext. 1025
+7 (903) 278-71-25
monastyreva@b2bcg.ru

По вопросам регистрации:

Ирина Чиннова
+7 (495) 785-22-06
iren@b2bcg.ru

For International enquiries:

Dominic Manley
+44 (0) 207 193 7863
+44 (0) 7540 460 872

Стоимость участия (в билеты включены ланчи и кофе-брейки):

29,500 руб. для потребительских компаний
39,500 руб. для поставщиков

www.marketingdn.ru

Бизнес-саммит глав компаний российского потребительского рынка
Hilton-Ленинградская, Москва, 1 марта 2012

Marketing Day & Night



МАРКЕТИНГ УРОВНЯ СЕО

Один день, на уровне первых лиц:

- расставляем приоритеты маркетинговых стратегий большого бизнеса на потребительском рынке 2012-15 гг
- переосмысливаем задачи социальной политики и ответственность перед обществом
- анализируем успешный опыт развития бизнеса инструментами нового маркетинга
- находим идеи и партнеров для совместных маркетинговых программ
- формулируем новые требования к рынку маркетинговых услуг в России

Ультрасовременные
мнения спикеров
компаний:



SAATCHI & SAATCHI



XVI ежегодный съезд Российской Ассоциации Маркетинга

Организатор:



При содействии:



www.marketingdn.ru

Профессор Малкольм МакДональд, эксперт в области стратегического маркетинга мирового уровня, впервые приезжает в Россию, чтобы провести авторский мастер-класс:

“10 вопросов, которые первые лица должны поставить перед корпоративным маркетингом. И ответы, которые должны получить”



Главные темы

Однодневная конференция Marketing Day & Night поможет выделить и решить ряд задач стратегического маркетинга, которые сегодня стоят перед лидерами отрасли:

- Корпоративная социальная ответственность и ее место в маркетинге компании
- Программы сотрудничества в маркетинге: как совместные проекты компаний могут улучшить общие результаты продаж
- Ценовая конкуренция и ее негативное влияние на прибыль компании
- Важность правильного понимания интересов клиента и позиционирования на рынке
- Маркетинг в период экономического кризиса: секреты успеха
- Управление большими маркетинговыми бюджетами
- Как узнать, чего на самом деле хочет потребитель
- Как правильно классифицировать покупателей в целях увеличения прибыли
- Брендинг в России сегодня: взгляд изнутри и со стороны
- Как ставить реальные и эффективные задачи и выбирать под них стратегии
- Как оценить экономический эффект маркетинговых кампаний
- Как заручиться гарантией, что маркетинговый план увеличит стоимость акций компании на бирже

Подробности на www.marketingdn.ru

Бизнес-саммит глав компаний российского потребительского рынка по стратегическому маркетингу

XVI ежегодный съезд Российской Ассоциации Маркетинга «Маркетинг в России»

Hilton Ленинградская, 1 марта 2012 г.

МАРКЕТИНГ УРОВНЯ CEO

The Day

8.30-09.15 Регистрация, утренний кофе.

Бронирование столика на бизнес-ланче саммита, переговорах по "кросс-маркетингу"

9.30-10.30 Утренняя сессия

Социальная миссия, без протокола

Управляя половиной экономики, формируя систему ценностей потребителя, обладаем ли мы единым пониманием в каком направлении движемся? За что стоим, в высоком смысле слова, и какова мера ответственности? В чем долгосрочная социальная политика потребительского бизнеса в России? И каким видит наш вклад в развитие само общество?

Также обсудим и другие вопросы:

- Почему так остро стоит проблема социальной ответственности именно сейчас? Экономика, Регулятор или Потребитель формируют заказ?
- Как утверждаются социальные программы и где здесь маркетинг? Каковы приоритетные проекты? Какое ROI ждем, если ждем вообще?
- Взаимодействие бизнеса и системы высшего образования как важнейший социальный проект. В чем угрозы сегодня и как формулируются цели сотрудничества?

10.30-11.00 Кофе-брейк, работа в шоу-румах на Экспо саммита.

11.00-12.30 Фокус-сессия со специальным гостем

Маркетинг уровня CEO

10 вопросов, которые первые лица должны поставить перед корпоративным маркетингом. И ответы, которые должны получить.

«По данным исследования Deloitte, одна из главных проблем, которой глубоко обеспокоены генеральные и финансовые директора – это проблема оценки экономической эффективности высокобюджетных маркетинговых кампаний. В своем выступлении я расскажу, как можно решить эту проблему. А также подниму другие вопросы, которые могут стать на пути управленца. В частности, я продемонстрирую, как разработать маркетинговую стратегию мирового уровня. Мое выступление будет основано на многолетнем опыте исследований совместно с профессором экономики всемирно известной школы управления Cranfield University School of Management (Великобритания)»
Профессор Малкольм МакДональд

Профессор Малкольм МакДональд (Cranfield School of Management, Великобритания) Лидер мировой маркетинговой школы, наравне с такими именами, как Филипп Котлер и Серхио Займан. Автор 43 книг по маркетингу, в том числе уникального издания «Маркетинг. Иллюстрированный путеводитель по джунглям бизнеса» (12 переизданий). Профессор МакДональд ведет семинары для руководителей компаний в Великобритании, Европе, странах Дальнего Востока, Австралии, Японии, Южной Америке и США. В числе его клиентов – крупнейшие потребительские компании, такие как IBM, Xerox и BP.

Задайте свой вопрос: E.Guseva@b2bcg.ru

12.30-13.15 Бизнес-ланч

Именная рассадка за столами (предварительное бронирование). Главная тема переговоров: программы сотрудничества в маркетинге, совместные проекты. Обращение специального гостя саммита, Гаррета Джонстона: "кросс-маркетинг в период спада в экономике"

13.15-14.15 Рабочие группы:

A. Маркетинг в социальных сетях

Главный вопрос повестки рабочей группы - как интегрировать социальные медиа в традиционную маркетинговую стратегию. Управляйте своим брендом и репутацией онлайн.

B. Маркетинг в период экономического кризиса

Главный вопрос - какие конкретно маркетинговые идеи принесли успех бизнесу в период прошлого спада экономики? Каким должен быть алгоритм поведения сегодня?

C. Маркетинг больших бюджетов

Главный вопрос этой рабочей группы - новая структура расходов в маркетинг-микс, в деталях. И как меняются принципы определения всего маркетингового бюджета в крупном бизнесе? Какие риски этом процессе считаем главными?

14.15-14.30 Кофе-брейк, работа в шоу-румах на Экспо саммита.

14.30-16.00 Сессия вопросов и ответов

Мы ждем перемен

Впервые! ИНДУСТРИЯ задает важные для себя вопросы, выдвигает претензии – ЭКСПЕРТЫ МАРКЕТИНГА отвечают, защищают свое видение перемен в стратегическом маркетинге и тактике. Сессия правильных вопросов, точных ответов™! На сцене зала пленарных заседаний лидеры российского и международного маркетинга и их оппоненты - главы крупнейших потребительских компаний.

В числе уже поставленных вопросов:

- Что происходит с потребительскими группами в России? Где теперь наш рынок?
- Какие новые маркетинговые технологии становятся отраслевыми стандартами? И где ждать прорыва завтра?
- Устраивает ли всех (индустрию) современная система отношений на рынке маркетинговых услуг? Ценообразование и "монопольные" условия сделок?
- Мобильный маркетинг как способ стимулирования продаж

Задавайте свои острые вопросы: E.Guseva@b2bcg.ru

16.00-16.15 Кофе-брейк, работа в шоу-румах на Экспо саммита.

В гостях у саммита новая аудитория: новое поколение маркетологов и студентов НИУ ВШЭ, РЭУ им. Плеханова. Бизнес приглашает будущих лидеров на заключительные заседания повестки саммита.

16.15-17.15 Рабочие группы

17.15-17.30 Кофе-брейк, работа в шоу-румах на Экспо саммита.

17.30-18.30 Рабочие группы

(A) Измеряемый маркетинг

Главный вопрос повестки рабочей группы - как далеко продвинулась практика построения оценок эффективности маркетинга. Актуальные шкалы измерения и benchmarks в различных секторах рынка и каналах коммуникаций. Методы оценки эффективности ROMI.

(B) Маркетинг и потребительское поведение

Главные вопросы повестки рабочей группы - что нового обнаруживают в поведении покупателя и его мотивации последние исследования. Как технологически организованы новые методы изучения. Как использовать?

Эмоциональные драйверы покупки

Команда Saatchi проводит собственные исследования и развивает относительно новое направление - shopper marketing, призванное ответить на важный вопрос: Как понять чувства покупателя и вызвать у него требуемую реакцию?

Дмитрий Белоногов, управляющий директор российского подразделения первого мирового сетевого агентства по работе с покупателями Saatchi & Saatchi X.

(C) Брендинг: взгляд изнутри и со стороны

Разносторонний взгляд на создание бренда в России

Кристоф Марти, Управляющий директор московского офиса бренд-консалтингового агентства Interbrand

The Night

Ночь отдана на откуп новому поколению профессионалов, будущим лидерам маркетинга в России. В клубной атмосфере CEO нескольких крупнейших потребительских компаний встретятся с поколением Y, чтобы поделиться личным опытом создания и управления бизнесом в России в формате talk-show. Бизнес - делегаты саммита также в списке приглашенных!

Talk-show завершит клубная вечеринка - Marketing Party.

В ближайшее время мы выберем самое лучшее место и сценарий вечеринки!