

Подходы, бенчмарки и тренды в Influencer Marketing

ВЕДУЩИЕ

Дарья
Цыпилева
LabelUp
COO

ОПИСАНИЕ СЕКЦИИ

Кого соберем: на этот раз на секции как и всегда встретятся специалисты в мире агентов влияния: IM агентство, сетевой гигант, бренды и технологии.

О чем поговорим: какие подходы и механики в Influencer Marketing сейчас используют крупные бренды, какие подходы к медиапланированию и стратегии внедряют сетевые игроки применительно к IM, куда движется это (уже не такое и новое) направление маркетинга, как выживать в мире бесконечного фрода, кто такой Digital Influencer и чем он лучше всех нас.

СПИКЕРЫ

Кирилл
Борисов
Labelup.ru - influencer marketing platform
CEO

Influencer marketing. Data supported, not data driven
- Подходы и планировочные решения, используемые рынком при работе с инфлюенсерами;
- Человеческий фактор, как барьер перед автоматизацией IM;
- Чему надо обучать инфлюенсеров, при этом обучаясь самим.

Тигран
Антонян
Мултон
Digital Manager

Роль influencer marketing в маркетинг-миксе Мултон
1. Какие задачи решает IM для Мултон;
2. Какие тактики использует бренд-команда (во что верим, а во что - нет);
3. К какому IM хотим прийти в 2020.

**Дмитрий
Ануреев**
MediaCom
MBA&Digital Strategy Leader

Как сделать процесс работы с influencer marketing эффективным для агентства и клиента: от оценки необходимости использования до оценки эффективности

1. Когда и кому важно идти в IM;
2. Do's and don'ts во время работы;
3. Оценка эффективности – как, что, почему?

**Анастасия
Задорина**
unilever
Media manager

Будущее influencer marketing глазами Unilever

1. IM как новый канал коммуникации;
2. Почему Unilever работает только с проверенными блогерами;
3. Прозрачность при планировании, фрод и верификация.

**Ирина
Зернышко**
Unilever
Старший медиа менеджер

Будущее influencer marketing глазами Unilever

1. IM как новый канал коммуникации;
2. Почему Unilever работает только с проверенными блогерами;
3. Прозрачность при планировании, фрод и верификация.

**Валерий
Шарипов**
MALIVAR
Founder, CEO

Виртуальные инфлюенсеры и синтетические артисты

1. Кто такие виртуальные инфлюенсеры? Какие у них возможности?
2. Как и зачем интегрировать виртуальных амбассадоров в рекламную кампанию бренда?
3. Почему молодая аудитория следит за цифровыми персонажами?
4. Как создать виртуального героя на основе анализа интересов целевой аудитории?