

БЛОК-КОНФЕРЕНЦИЯ

PR, Media and Tech

ВЕДУЩИЕ

Вадим
Ковалев
Ассоциация Менеджеров

СПИКЕРЫ

Евгений
Закиров
Mail.ru Group
Руководитель PR PC и консольных проектов MY.GAMES

Анастасия
Журавлева
QIWI
Пресс-секретарь CEO

Ирина
Тельнова
220 Вольт
PR-директор

Нана
Куликова
АО РОДИНА
Управляющий партнер

СЕКЦИЯ

PR корпораций

ОПИСАНИЕ СЕКЦИИ

Опыт крупных компаний по работе с негативом, общением с комьюнити.

Интерактивные инструменты коммуникации с аудиторией видеоигр

1. Продвижение онлайн-игр в 2020: тренды, преграды и возможности
2. Глобальное PR-сопровождение игр: мифы и практика
3. Запуск игровых продуктов на домашних консолях

Коммуникация бренда 4.0: сторитейл, личное амбассадорство и развитие внутренних коммуникаций в условиях тотальной неопределенности

1. Вчера community, сегодня амбассадоры. Почему аудитория больше не верит в ассоциации, лидеров мнений и экспертов. Кто такие инфлюенсеры и как с ними говорить бренду
2. Кто убил сторитейл? Почему истории не трогают, не вызывают к лояльности. Какие новые инструменты коммуникации работают в рамках революции 4.0
3. Lifelong learning people - почему компании вкладываются в развитие команд, как это может влиять на внешние и внутренние коммуникации бренда

PR, от случайной связи к отношениям

В современных реалиях сложно понять где заканчивается одно и начинается другое, важнейшим становится выстраивание отношений. Как жить в такой бесшовной омниканальности, дифференцировать медиапространство, как адаптировать контент и информационные поводы под конкретную аудиторию.

Опыт крупных компаний по работе с негативом, общением с комьюнити

Кирилл
Алявдин
Tele2
Директор по корпоративным коммуникациям

Валентин
Васин
Сбербанк
Исполнительный директор управления
интегрированных коммуникаций

Роман
Нестер
Segmento
Co-Founder

Управление репутацией: системный подход к работе с негативом и формированию локальных комьюнити

Как продвигать продукты нативно и почему это важно?

1. Почему прямая реклама в социальных сетях будет все менее эффективной?

2. Как оценить эффективность работы с социальными сетями в ныншних реалиях?

Коммуникации-2024: Как данные изменили мир коммуникаций и как должен измениться сам рекламист и пиарщик?

Можно много рассуждать про триумф технологий и новые вызовы: но всё неминуемо упрётся в квалификацию тех, кто отвечает за коммуникации. Вот про неё мы и поговорим. И про то, как необходимо меняться самим рекламистам.

- Что нового данные принесли в коммуникации за последние 5 лет и что реально используется (а что - нет)

- Классические фэйлы в использовании данных большими компаниями (российские кейсы)

- Почему рекламщик не тянет современные технологии

- Чему и где ему учиться, чтобы соответствовать требованиям к профессии-2024