



ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ



9.30-10.00 - Сбор участников.
Утренний кофе
10.00 – Начало конференции

12.00-12.30 – Кофе пауза
14.00-15.00 – Обед
17.00-18.00 – Дружеский фуршет

Организатор:



АГЕНТСТВО
МЕДИЦИНСКОГО
МАРКЕТИНГА

Информационный партнер:



Модератор конференции

Юрий Чертков,
Международный бизнес-тренер, директор компании «Агентство Медицинского Маркетинга»

10.00-10.30 **Выжившие. Как классическим бренд-менеджерам с медицинской базой пришлось осваивать новые навыки?**

- Современный портрет продакт-менеджера: какими компетенциями он должен обладать?
- Сколько зарабатывает продакт-менеджер?
- Как изменился его портрет в последние годы?
- Где берутся продакт-менеджеры?

Андрей Анучин,
Директор агентства
«Фарма Персонал»

10.30-11.00 **Экологический маркетинг и карма бренда. Как оставаться спокойным, когда конкуренты поступают «неэкологично»? Взгляд со стороны смежного рынка**

- Обращают ли внимание на наше поведение наши клиенты?
- Формы оплаты клиентам: все ли здесь экологично?
- Зачастую в процессе продвижения мы сталкиваемся с новым понятием «репутационный шлейф», «испорченная карма»
- Какой путь выбрать?
- Как заслужить правильную карму для долгосрочных маркетинговых побед?

Николай Скавронский,
Коммерческий директор
лаборатории Синево
Украина

11.00-11.30 **Мои маркетинговые Ашибки! СЕМЬ маркетинговых ошибок, которые можно было бы не допустить**

- Шоколадный фонтан и горькое послевкусие
- Голубым бывает не только океан
- Когда легенда важнее бренда
- Инновации, проверенные временем
- 2в1 всегда дешевле

Артем Матвеев,
Директор по продажам и
маркетингу «Алкалоид
Киев»

11.30-12.00 **Экспертная панель** Разумеется, у каждого маркетолога есть свое кладбище денег и возможностей). В этой панельной дискуссии эксперты сессии поделятся своими факапами, на которых можно и нужно учиться.

Александра Барская, GSK
Сергей Титочка, Nobel
Ukraine
Зоряна Варчук, «Артериум»
Константин Шаблий,
ООО «Сервье Украина»

12.00-12.30 Кофе пауза

<p>12.30-13.00 Почему фарм–SMM работает не в полную мощь? Основные правила фарм–SMM</p> <ul style="list-style-type: none"> • Основные правила фарм–SMM • Креативность • Структура текста • Фокус на события и исследования • Умеренный пиар • Знание основ маркетинга • Анализ результатов 	<p>13.00-13.30 Как автоматизация Google и Facebook убивает ручной таргетинг?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Будущее уже наступило, или как работает Big Data и AI в рекламе • Тренды, аудитория, автоматизация, атрибуция в исполнении Google и Facebook • 5 ошибок в автоматизации 	<p>Дарина Лоткова, Team Lead в компании NOWEDO</p>
<p>13.30-14.00 Экспертная панель В данной панели эксперты будут обсуждать: как автоматизировать маркетинг, сделать его более предсказуемым, какие метрики являются объективными, каким промо-миксом пользоваться, и как понять, что ваш маркетинговый коктейль пришелся по вкусу целевой аудитории</p>	<p>14.00-15.00 Обед</p>	<p>Антон Воронюк, Руководитель академии WebPromoExperts</p>
<p>15.00-15.30 Мастер-класс. Телемост: Властелин контента</p> <ul style="list-style-type: none"> • Как убедительно раскрыть преимущества в текстах? • Очень частая ситуация: Кажется, что между вами и конкурентами – нет отличий. Они предлагают такую же услугу или такой же препарат, и все «наши» особенности есть у них • Как показать отличия? • Как раскрыть преимущества? • Разбор приемов и кейсов 	<p>15.30-16.00 JTBD как фреймворк для консолидации команд продаж, маркетинга и продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Как определять приоритетные бизнес-задачи • Решение проблемы клиента • Помощь в создании востребованного контента • Как отсеивать нерелевантные лиды • Как ускорить движение по воронке продаж • Экономия денег и повышение ретеншна <p>Практический кейс.</p>	<p>Юрий Войтенко, Viseven Анна Селезнева, ООО «НПК «Экофарм» Олег Руденко, ACINO Елена Хлопицкая, MSD Ukraine & CIS</p>
<p>16.00-16.30 В игре останутся только бренды!</p> <ul style="list-style-type: none"> • С приходом пандемии многие бренды столкнулись с задачей выживания, в которой ключевым вызовом снова стали отношения бренда и его потребителя • Какие бренды имеют большие шансы, а какие меньшие? • Стратегии озеленения брендов: как понять, что пришла пора что-то менять? • Как изменить сегмент и даже позиционирование? • Как расти в неопределенности? 	<p>16.30-17.00 Подведение итогов конференции</p> <p>17.00-18.00 Дружеский фуршет</p>	<p>Дмитрий Кот, Директор агентства «Убедительный Маркетинг», сайт mastertext.ru, Москва</p> <p>Оксана Кононова, CEO&CoFounder LOOQME.io</p> <p>Алина Слатвицкая, Руководитель отдела продвижения безрецептурных препаратов, Биокодекс Украина</p>