



ДЕНЬ  
БРЕНДА

19 **ОКТАБРЯ** 26

## ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ

**ЗАЛ 1**

### ПИРАМИДА ЦЕННОСТЕЙ

Именно здесь мы попробуем ответить на главный вопрос конференции: какие ценности сегодня становятся фундаментом сильных российских брендов? Где проходит граница между декларациями и реальными действиями? Как меняются представления о доверии, качестве, ответственности, устойчивости и общественной роли бизнеса? Вместе с лидерами рынка обсудим, какие смыслы становятся основой долгосрочного развития брендов и почему именно они определяют их конкурентоспособность в новой экономике.

#### Программа зала

**9:30 - 10:20** Регистрация, приветственный кофе

**10:20 - 10:30** Официальное открытие

**10:30 - 12:05** Пленарная сессия. Современная пирамида ценностей (часть I)

Сегодня актуально звучит разговор о национальных ценностях, сохранении традиций, образе будущего, роли креативных индустрий в развитии общества и российских брендов. Для маркетинга эта тема далеко не нова: бренды уже давно существуют в собственной системе ценностей, где важны не только характеристики продукта, но и доверие, эмоции, репутация, культурный код и долгосрочные отношения с потребителями.

У каждого сильного бренда есть своя пирамида ценностей — от рационального функционала продукта до высших социальных смыслов. Именно она определяет, почему потребитель выбирает марку и как бизнес закрывает материальные и ментальные потребности человека. В этой системе координат сам бренд становится высшей ценностью маркетинга — его вершиной и кульминацией, доступной только тем, кто смог наполнить продукт подлинными смыслами. Когда ориентиры общества и индустрии созвучны, российские бренды обретают силу, которая строится на понятных ценностях — преимущества, доверии, созидательном труде, принципах партнерства и взаимного уважения как внутри команд, так и в отношениях с потребителем.

В текущей ситуации важно понять, насколько представления бизнеса о сильном бренде созвучны тем ожиданиям, которые формируются в обществе. Какие принципы становятся фундаментом долгосрочного развития? Как меняется понимание доверия, ответственности, качества, устойчивости? Какие смыслы действительно способны объединять людей вокруг брендов, а не существовать только в коммуникационных стратегиях?

Именно поэтому одной из центральных тем осеннего «Дня Бренда» станет пирамида ценностей российских брендов.

#### Спикеры

**Алексей  
Толстого**

«Национальный  
рекламный альянс»  
генеральный  
директор

**12:05 - 12:25 Кофе-брейк**

## **12:25 - 13:45 Пленарная сессия. Современная пирамида ценностей (часть II)**

Сегодня актуально звучит разговор о национальных ценностях, сохранении традиций, образе будущего, роли креативных индустрий в развитии общества и российских брендов. Для маркетинга эта тема далеко не нова: бренды уже давно существуют в собственной системе ценностей, где важны не только характеристики продукта, но и доверие, эмоции, репутация, культурный код и долгосрочные отношения с потребителями.

У каждого сильного бренда есть своя пирамида ценностей — от рационального функционала продукта до высших социальных смыслов. Именно она определяет, почему потребитель выбирает марку, и как бизнес закрывает материальные и ментальные потребности человека. В этой системе координат сам бренд становится высшей ценностью маркетинга — его вершиной и кульминацией, доступной только тем, кто смог наполнить продукт подлинными смыслами. Когда ориентиры общества и индустрии созвучны, российские бренды обретают силу, которая строится на понятных ценностях — преимуществах, доверии, созидательном труде, принципах партнерства и взаимного уважения как внутри команд, так и в отношениях с потребителем.

В текущей ситуации важно понять, насколько представления бизнеса о сильном бренде созвучны тем ожиданиям, которые формируются в обществе. Какие принципы становятся фундаментом долгосрочного развития? Как меняется понимание доверия, ответственности, качества, устойчивости? Какие смыслы действительно способны объединять людей вокруг брендов, а не существовать только в коммуникационных стратегиях?

Именно поэтому одной из центральных тем осеннего «Дня Бренда» станет пирамида ценностей российских брендов.

**13:45 - 14:05 Кофе-брейк**

**14:05 - 15:25 Программа дополняется**

**15:25 - 15:45 Кофе-брейк**

## **15:45 - 17:05 Медиамикс 2026–2027: перераспределение каналов и новый баланс**

Высокая медиаинфляция, трансформация платформ и сдвиги в медиапотреблении заставляют бренды пересобирать сплит каналов. Эффективный медиамикс сегодня — это не присутствие везде, а точечный выбор инвентаря под задачи конкретной категории. Обсуждаем, как перераспределяются бюджеты между performance и брендингом, какие площадки показывают реальную отдачу и как адаптировать сплит к экономическим реалиям ближайших двух лет.

**17:05 - 17:25 Кофе-брейк**

## **17:25 - 18:45 Борьба за рекламодателя и его бюджеты: новый баланс сил на рынке**

Трансформация медиапотребления и экономический контекст меняют правила игры для всех участников рекламной индустрии. В условиях жесткой конкуренции за сплит клиентов классические медиа и агентства перестраивают работу под давлением ретейл-медиа, финтех-платформ и экосистем. Эксперты обсудят, какие продукты и технологии реально готовы покупать бренды к концу 2026 года, в какие решения инвесторы и рекламодатели вкладывают ресурсы и что будет формировать спрос и приоритеты рынка на будущий период.

**ЗАЛ 2**

# **ЭФФЕКТИВНАЯ РЕКЛАМА**

Даже самая сильная идея требует подтверждения цифрами. Как сегодня измеряется эффективность брендинга? Какие показатели действительно отражают долгосрочную ценность бренда, а какие работают только на краткосрочный результат? Разберем современные подходы к оценке рекламных инвестиций,

инкрементальности, внимания, лояльности и бизнес-эффектов, которые помогают принимать стратегические маркетинговые решения.

#### Программа зала

**9:30 - 10:20** Регистрация, приветственный кофе

**10:20 - 10:30** Официальное открытие

**10:30 - 12:05** Ретрансляция первого зала «Пирамида ценностей»

**12:05 - 12:25** Кофе-брейк

**12:25 - 13:45** Программа дополняется

**13:45 - 14:05** Кофе-брейк

**14:05 - 15:25** Программа дополняется

**15:25 - 15:45** Кофе-брейк

**15:45 - 17:05** Цифровая аналитика, верификация и эффективность рекламных кампаний

В фокусе — доказательство прозрачной эффективности маркетинга перед руководством и CFO. Разберем гибридное измерение инкрементальности, оценку здоровья бренда в реальном времени через ИИ-сигналы и транзакции, а также способы защиты от ИИ-фрода и рисков для Brand Safety.

**17:05 - 17:25** Кофе-брейк

**17:25 - 18:45** Прагматичный ИИ в маркетинге: от экспериментов к жесткому ROI

Эра хайпа вокруг искусственного интеллекта уступает место жесткой экономике. Сегодня от ИИ ждут не красивых кейсов, а измеримой финансовой отдачи. Обсуждаем, какие решения в технологическом стеке брендов уже доказывают свою эффективность, а также где генеративные и аналитические модели реально сокращают TTM и генерируют ROI.

### ЗАЛ 3

## ИНВЕНТАРЬ И ТЕХНОЛОГИИ

Технологии, данные и рекламный инвентарь перестали быть исключительно техническими категориями. Сегодня они напрямую влияют на восприятие бренда, качество потребительского опыта и эффективность коммуникации. Обсудим, как меняется рекламная инфраструктура, какие технологические решения помогают строить долгосрочные отношения с аудиторией и какие возможности открывают новые медиа, платформы и искусственный интеллект.

#### Программа зала

**9:30 - 10:20** Регистрация, приветственный кофе

**10:20 - 10:30** Официальное открытие

## **10:30 - 12:05 DSP без черного ящика: как выбрать платформу и управлять результатом**

DSP обещают рекламодателям автоматизацию закупки, доступ к большому объему инвентаря, точный таргетинг и оптимизацию кампаний. Но возможности платформ, качество данных, уровень прозрачности и модели работы заметно различаются. Обсудим, как рекламодателю выбрать DSP под свои задачи, какие функции действительно влияют на результат и где проходит граница между эффективной автоматизацией и потерей контроля над бюджетом.

## **12:05 - 12:25 Кофе-брейк**

## **12:25 - 13:45 Бесшовный 360: какой инвентарь и технологии нужны рекламодателям прямо сейчас?**

Кросс-канальность сегодня — это не просто присутствие во всех медиа, а единая сквозная связка данных, контента и технологий. На фоне роста e-commerce, Smart TV и AdTech-платформ рекламодателям нужны бесшовные механики, способные вести пользователя от первого контакта до покупки без потери конверсии. Обсуждаем, какой инвентарь станет самым эффективным в ближайший год, что медиарынок готов предложить брендам для построения умного 360-сплита и как объединить охватные и перформанс-инструменты в работающую систему.

## **13:45 - 14:05 Кофе-брейк**

## **14:05 - 15:25 Программа дополняется**

## **15:25 - 15:45 Кофе-брейк**

## **15:45 - 17:05 Каналы и рекламный инвентарь: жизнь после клика**

Мировой тренд очевиден: классический поисковый и дисплейный трафик снижается. Пользователи получают готовые ответы прямо в ИИ-выдаче, переключаясь на Умное ТВ, маркетплейсы и закрытые экосистемы. Разберем, как меняется эффективный рекламный инвентарь, как адаптировать атрибуцию и брендовые метрики, если клиент больше не заходит на сайт, и какими инструментами сохранять ценность бренда в новой медиареальности.

## **17:05 - 17:25 Кофе-брейк**

## **17:25 - 18:45 PR-технологии и инвентарь: инструменты, которые усиливают ценность бренда**

На смену классическим релизным рассылкам пришли технологичные инструменты управления репутацией. Нативная интеграция в ИИ-выдачу, работа с микромедиа, каналами в мессенджерах и блогерами в SMM, аналитика тональности в реальном времени — все это превращает PR в прозрачный драйвер капитализации бренда. Обсуждаем современный технологический стек пиарщика, способы оценки влияния репутации на бизнес и инструменты, которые защищают и усиливают бренд-платформу в эпоху информационного шума.

Спикеры

**Сергей  
Денисенко**  
«ВсеИнструменты.ру»  
PR-директор

Любая коммуникация — это не только способ рассказать о продукте, но и возможность сформировать отношение к бренду. Какие идеи сегодня находят отклик у аудитории? Где проходит граница между модным сообщением и долгосрочной платформой бренда? Как говорить с людьми на языке доверия, культурного контекста и общих смыслов, сохраняя эффективность и коммерческий результат? В центре внимания — стратегии, креатив, контент и новые принципы построения коммуникаций.

#### Программа зала

**9:30 - 10:20** Регистрация, приветственный кофе

**10:20 - 10:30** Официальное открытие

**12:05 - 12:25** Кофе-брейк

**12:25 - 13:45** Программа дополняется

**13:45 - 14:05** Кофе-брейк

**14:05 - 15:25** Бренд как щит от медиаинфляции: инвестиции в имидж против сиюминутных продаж

В условиях потребительского пессимизма и удорожания инвентаря именно сила бренда позволяет сохранять маржинальность и снижать стоимость привлечения клиента. Обсуждаем, как обосновать окупаемость долгосрочных имиджевых инвестиций внутри бизнеса рекламодателя, противопоставить брендбилдинг сиюминутным перформанс-тактикам и найти идеальный баланс бюджетов в новых экономических реалиях, — сохраняется ли классическое правило 60/40 или рынку нужны новые пропорции?

Спикеры

Надежда  
Жуковская

«Медиалогия»

директор по связям  
с общественностью

**15:25 - 15:45** Кофе-брейк

**15:45 - 17:05** Потребитель сегодня: работа с «выгоревшим» спросом

В условиях высоких ставок и бережливого поведения покупатель фильтрует инфошум и требовательно оценивает каждый контакт с брендом. Эмоциональные надстройки больше не продают сами по себе: чтобы оставаться убедительным, бизнесу приходится перестраивать пирамиду ценностей, опираясь на жесткую рациональную пользу. Разберем, как адаптировать ценностное предложение под «выгоревшего» потребителя, а также как замерять не сухую техническую видимость баннеров, а реальное внимание и вовлеченность аудитории с помощью метрик внимания.

**17:05 - 17:25** Кофе-брейк

## 17:25 - 18:45 **Внимание на нуле: как достучаться до перегруженного потребителя**

Маркетинг в условиях гипершума и когнитивной усталости аудитории. Перегруженный инфошумом человек мгновенно фильтрует рекламу во всех каналах — от ТВ и наружки до диджитала и мессенджеров. Эксперты обсудят, как пробивать рекламную слепоту сегодня, пересобрать пирамиду ценностей бренда под мгновенное считывание пользы и удерживать фокус покупателя, выстраивая сквозную коммуникацию в новой медиареальности.

Спикеры

**Диана Абляева**

«Бургер Кинг»

офлайн медиа лид

**ЗАЛ 7**

## **РЕКЛАМНЫЕ ПЛОЩАДКИ**

Площадки давно перестали быть только каналами размещения рекламы. Сегодня они становятся полноценными участниками формирования потребительского опыта, доверия и эффективности коммуникаций. Как меняется медиасреда? Какие модели взаимодействия с брендами становятся наиболее результативными? И какую роль в построении долгосрочной ценности бренда играют современные медиа, экосистемы и цифровые платформы?

Программа зала

**9:30 - 10:20** Регистрация, приветственный кофе

**10:20 - 10:30** Официальное открытие

**12:05 - 12:25** Кофе-брейк

**12:25 - 13:45** **Диджитал-экосистема бренда: от охвата до бесшовного опыта**

Цифровая среда сегодня — это не просто набор рекламных баннеров, а полноценное пространство взаимодействия с клиентом. Разберем, как бренду выстраивать собственное цифровое присутствие, объединять разовые диджитал-активации в связную экосистему, сохранять тональность коммуникации на сторонних площадках и превращать цифровые касания в долгосрочную лояльность.

**13:45 - 14:05** Кофе-брейк

**14:05 - 15:25** **Инфлюенс-маркетинг и контентные среды: от натива к конверсии**

Работа с лидером мнений перестала быть просто покупкой интеграций — это управление экосистемой контента. Эксперты обсудят перераспределение бюджетов в пользу микроблогеров и нишевых авторов, интеграцию ситуативного маркетинга, создание собственных бренд-медиа и работу с новыми платформами для построения доверия и органик-охватов.

**15:25 - 15:45** Кофе-брейк

**15:45 - 17:05** **Ретейл-медиа: реклама в точке принятия решения**

Торговые площадки и маркетплейсы окончательно превратились в мощный медиаканал, сочетающий охватные и перформанс-возможности. Обсудим, как использовать ретейл-медиа для построения имиджа и знания бренда, а не только для сиюминутных продаж, какие форматы и аналитические данные ретейлеров наиболее эффективны и как правильно встроить e-scm-инвентарь в общий медиамикс.

**17:05 - 17:25 Кофе-брейк**

**17:25 - 18:45 Кросс-брендинг и медиаколлаборации: синергия смыслов и аудиторий**

В условиях гиперинфляции внимания партнерские проекты становятся эффективным способом пробить рекламную слепоту и снизить стоимость контакта. Эксперты обсудят, как строить кросс-медийные коллаборации в ТВ, диджитале, офлайне и спецпроектах, как совместить бренд-платформы двух участников без потери идентичности и как измерить реальный бизнес-эффект от совместных кампаний.

## **ЗАЛ 5 РЕКЛАМНЫЕ КЕЙСЫ**

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представляют реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

**Программа зала**

**9:30 - 10:20 Регистрация, приветственный кофе**

**10:20 - 10:30 Официальное открытие**

**10:30 - 12:05 Рекламные кейсы (часть I)**

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представляют реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

**12:05 - 12:25 Кофе-брейк**

**12:25 - 13:45 Рекламные кейсы (часть II)**

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представляют реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

**13:45 - 14:05 Кофе-брейк**

**14:05 - 15:25 Рекламные кейсы (часть III)**

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представляют реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

**Спикеры**

**Екатерина  
Макурина**  
**Fix Price**  
руководитель  
пресс-службы

**15:25 - 15:45 Кофе-брейк**

**15:45 - 17:05 Рекламные кейсы (часть IV)**

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.

**17:05 - 17:25 Кофе-брейк**

**17:25 - 18:45 Рекламные кейсы (часть V)**

За каждой успешной стратегией стоят конкретные решения, ошибки и выводы. В этом потоке бренды представят реальные кейсы, демонстрирующие, как ценности превращаются в продукт, коммуникацию, технологии и измеримый бизнес-результат. Только практический опыт, открытый разговор о работе инструментов и решения, которые уже сегодня формируют будущее российского маркетинга.