

**АНОНС
ЖУРНАЛА**



сегмент

журнал о событиях в маркетинге
1(15) 2015 /// www.marketing2s.com





Умные продажи в сложную эпоху

«**Определение стратегии компании и оптимизация управленческих процессов – далеко не весь инструментарий, доступный для повышения эффективности. Как, сочетая различные приемы, получить постоянного – и довольного – покупателя?**»

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице
8



Основными темами прошедшего в Москве форума «Российская неделя продаж» стали аудит, построение и развитие отделов продаж. За три дня крупнейшего в СНГ мероприятия участники не только узнали об управлении отделом продаж, подборе и воспитании менеджеров, но и познакомились с секретами коммерческой переписки и выработки системы качества.



Бизнес в эпоху клиента

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

14

Новая парадигма в системе продаж
меняет ведение бизнеса – как в
развитых странах, так и в государствах
с переходной экономикой.

В декабре Москва приняла сразу два мероприятия, посвященных аспектам лояльности клиентов: на форуме CUSTOMER LOYALTY CAROUSEL RUSSIA эксперты обсуждали проблему оттока и удержания аудитории, а конференция Loyalty in Telecom & Media сосредоточилась на лояльности в телеком- и медиа-отраслях. Участники единодушны: для достижения успеха пора пересмотреть устаревающие правила.





Движение в новых условиях

Входит ли экономика России в новый кризис? Какие инструменты помогут справиться с ним как молодым командам, так и имеющим опыт кризисов 2008 и 1998 годов?

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

22



Состоявшийся в Holiday Inn Lesnaya юбилейный форум для маркетологов объединил профессионалов в управлении маркетингом, познакомил аудиторию с особенностями маркетинга на B2C и B2B рынках и серией антикризисных кейсов в продажах. Из дискуссий и лекций вытекает очевидное правило – даже на падающем рынке можно вырасти на десятки-сотни процентов, если не сидеть без дела и не спать.



→ Творить и собирать данные

«
Время, проведенное пользователями в сети, увеличивается с каждым годом – и обещает огромные возможности для брендов. Однако и в эпоху облачных технологий или Big Data успеха не достичь, если упустить из виду источники вдохновения.

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

26



В центре MOD Design состоялась конференция Performance Marketing, посвященная стратегиям построения эффективного присутствия брендов в интернете. На площадке по обмену опытом обсуждали технологии, инструменты и каналы, которые позволяют достичь максимальной окупаемости вложений.



→ В поисках баланса

Нововведения в законе «О рекламе» изменяют российский медиаландшафт. Насколько готовы к этому крупные участники отрасли – и что ожидает локальных игроков?

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

32



С 19 по 21 ноября в «Крокус Экспо» проходила ежегодная выставка «NATEXPO». Цель созданного Национальной ассоциацией телерадиовещателей проекта – объединить и систематизировать индустриальное развитие российских электронных СМИ. В рамках выставки в Москве состоялся «Международный конгресс Национальной ассоциации телерадиовещателей». Темой конгресса стали стратегии современного медиапроизводства.



→ Не сойти с дистанции

Масштабные решения, влияющие на целые отрасли, необходимо встречать подготовленными. В противном случае нововведения лишь обострят нерешенные проблемы.

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице
36



В середине декабря в Москве по инициативе агентства «Роспечать» состоялся круглый стол, посвященный Федеральному Закону № 305, вносящему поправки в закон «О средствах массовой информации». В обсуждении последствий для медиарынка приняли участие игроки различных сегментов – издатели, телерадиовещатели и владельцы интернет-СМИ.



→ Революционный скачок

За последний год российский медиаландшафт изменился гораздо сильнее, чем годом ранее. Отчасти изменения обусловлены революцией глобального медиaprостранства. Это открывает большие возможности для специалистов, создающих результат.

Знакомьтесь с этой статьей на странице

40



В Москве состоялась девятая конференция «Медиабизнес. Перегрузка», организованная газетой «Ведомости». Обсуждая важную для российской медиаиндустрии тему – переход современных СМИ на цифровые площадки, – организаторы сошлись во мнении, что смена площадки является основным фактором, определяющим дальнейшую стратегию крупнейших медиахолдингов.

Бренд в эпоху дивного нового мира

Знакомьтесь с этой статьей на странице

44

Кропотливая работа над собственным брендом означает верную любовь аудитории, однако ошибки могут дорого обойтись. Поэтому при работе с клиентами необходимо пересмотреть подход к механизму маркетинга.

РЕКЛАМА ///

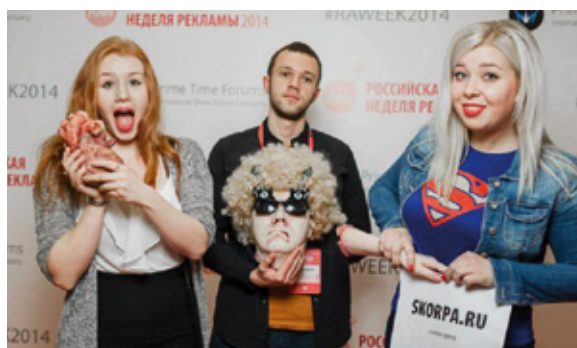


В течение трёх дней 2014 года в московском «Экспоцентре» проходил III форум «Матрица рекламы», объединивший более шестидесяти авторских семинаров и мастер-классов. В то время как культура рекламного образования в России пока не укоренилась, площадка дала молодым рекламистам шанс пообщаться с лидерами на равных.

→ В борьбе за клиента

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице
46

Проведение рекламной кампании может обернуться прибылью для бизнеса, а может существенно затормозить его развитие и отпугнуть аудиторию. На что обратить внимание при подготовке?



Основными темами состоявшегося в декабре шоу-форума «Российская неделя рекламы» стали маркетинговые коммуникации, творческий подход и масс-медиа. Несколько десятков экспертов, приехавшие на мероприятие из разных уголков России, рассказали о приемах эффективного продвижения, подкрепляя выступления разбором кейсов, а также провели мастер-классы по использованию инструментов грамотного построения рекламной кампании.

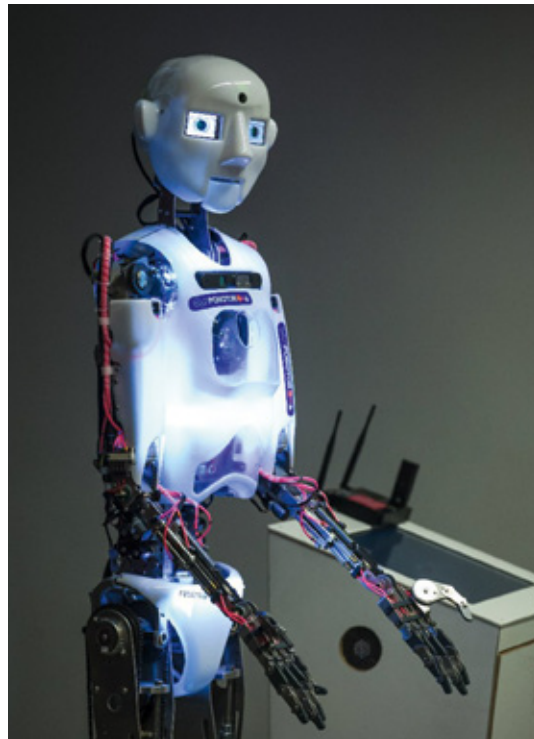


→ ДААННЫЕ: новая нефть или новое ИГО?

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

50

« Рекламный рынок входит в новую эпоху.
Возникают новые профессии, а пользователи
становятся более разборчивыми.



Состоявшийся в центре Digital October Московский международный фестиваль рекламы и маркетинга Red Apple объединил ведущих профессионалов в области мирового маркетинга, а публика получила возможность познакомиться с отраслевыми технологиями. В этом году фестиваль впервые вышел за рамки рекламы. Дискуссии показывают: далеко не все маркетинговые приёмы работают эффективно.



Вовлечение вместо развлечения

Знакомьтесь с этой статьей на странице

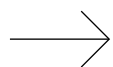
54

Как при проведении массовых мероприятий разного масштаба и направленности получить незабываемое событие? Прислушиваться к запросам потребителей и предоставлять им возможность творить самостоятельно.

EVENT ///



В Москве состоялась девятая конференция Event Show. Участники и гости конференции – организаторы самых громких и успешных событий года – поделились секретами мастерства и тонкостями проведения массовых мероприятий в городах. Подобные мероприятия не только помогают создать положительный образ компании, но и повышают лояльность потребителей к брендам.



SMM: штрихи к портрету эффективного бренда

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице
56

Правильная стратегия разработана,
нужный контент подобран, аудитория
выращена – что дальше?



Залог успеха бренда складывается не из озарения, приносящего потрясающую идею, а из последовательности действий компании, направленных на привлечение трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Николай Смирнов, представитель отдела маркетинга сервиса IQBuzz, в ходе цикла семинаров поделился приемами оптимизации работы с сообществами и вовлечения клиентов в деятельность компании.



Дорогие секунды

Рынок интернет-рекламы переживает рост – и предлагает пользователям всё больше инструментов для работы. Как ориентироваться среди обилия предложений и возможно ли добиться эффективности за счёт единственного инструмента?

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

60



В московском «Экспоцентре» прошла конференция, посвящённая онлайн-рекламе. Специалисты в области интернет-маркетинга охотно поделились собственным опытом не только с новичками, но и с более опытными коллегами. В ходе двухдневной программы присутствующие узнали об инструментах повышения эффективности и подробно изучили несколько реальных примеров.



Знакомьтесь
с этой статьей
на странице
66

→ Забег с препятствиями

Российский сегмент интернета растёт, несмотря на экономическую ситуацию. Однако и в Рунете, и в российской IT-отрасли существуют проблемы, с которыми не справиться в одиночку. Приведёт ли их разрешение к выходу на новый уровень?

В середине ноября 2014 года в московском «Экспоцентре» состоялся форум Russian Interactive Week. Объединение трёх отраслей (интернет, медиа, телекоммуникации) под единым брендом позволило участникам получить подробный анализ каждой отрасли, экспертам – обменяться опытом, а представителям компаний – наладить диалог с государством.





→ Как продавать электронику российскому потребителю?

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице

72

« Не просто «клеить логотип»,
а создавать собственные уникальные решения

О том, каким должен быть маркетинг «умных» устройств, рассуждали участники конференции «Маркетинг для гаджетов», прошедшей в рамках фестиваля Gadget Fair в сентябре 2014 года. Тема, оказавшаяся в фокусе внимания, – повышение интереса целевой аудитории к продуктам. Эксперты смогли поделиться опытом продвижения в отрасли, обсудить возможные инструменты, проанализировать эффективность опробованных на практике решений.





На пути к революции?

Отрасль поисковой оптимизации уже несколько лет не видела масштабных нововведений. Но кибермаркетинг становится важен не только для программистов. Означает ли это скорое появление качественно иных инструментов или механизмов?

Знакомьтесь
с этой статьей
на странице
80



Москва приняла крупнейшее отраслевое мероприятие в России, сосредоточенное исключительно на вопросах поисковой оптимизации, – CyberMarketing. Конференция объединила SEO-специалистов, маркетологов и владельцев бизнеса. Помимо докладов признанных экспертов отрасли, в рамках мероприятия прошла профильная выставка.



сегмент

журнал о событиях в маркетинге

www.marketing2s.com

«Коммуникационная группа эС»

+7499-703-33-74

privet@marketing2s.com

Стать автором, подписаться,
разместить рекламу:

content@marketing2s.com

+7951-694-00-87
