

Конференция «Effie Winners Conference» – один из ключевых мировых проектов под шапкой Effie, популяризирующих и распространяющих лучшие мировые идеи и практики эффективного маркетинга.

Главная задача конференции – способствовать развитию рынка качественного маркетинга в России, демонстрировать передовой опыт, выявлять и тестировать новые возможности, а также – расширять профессиональные связи.

ПРОГРАММА конференции

09.00 – 10.00 Регистрация, кофе

10.00 – 10.10 Выступление партнеров конференции

Элина Исагулова, коммерческий директор Mail.ru Group

Елена Кохановская, директор по связям с общественностью МТС

10.10 – 11.10 Панельная дискуссия «Делаем мир эффективнее»

Модератор – **Алексей Ковылов**, президент АКАР

- ❖ Как меняются форматы коммуникационных кампаний? Тренды в мире и России. (анализ популярности номинаций Effie 2015-2017гг.)
Лучшие мировые кейсы

Екатерина Сон, генеральный директор Effie Russia

- ❖ **Дискуссия:** Меняется ли формат 360'? Какие проекты выигрывают в Effie? Какие показатели эффективности кампаний действительно влияют на результаты бизнеса? За что присуждали высшие баллы члены жюри?

Участники дискуссии: **Драгоград Кнези**, Publicis Russia, **Василь Лацанич**, МТС, **Владилен Ситников**, Possible Group, **Ольга Мачильская**, Hasbro, **Наталья Романенко** Y&R, **Сергей Зверев**, КРОС

11.10 – 12.30 Best of the best: победители Effie 2017

Модератор – **Джамия Искандярова**, управляющий директор Effie Russia

Мы все одной крови, Гран При Effie Russia 2017

Наиль Измайлов, вице президент ФК Спартак

Михаил Елагин, исполнительный креативный директор
Коммуникационной Группы TWIGA

Комментарий члена экспертного совета Effie Russia о присуждении
Гран при **Алексей Ковылов**, президент АКАР

Как построить отношения с разочарованными болельщиками Спартака и
предотвратить падение посещаемости матчей? Сделать болельщиков звездами!
Видео «Мы все одной крови» стало №1 по просмотрам в истории клуба. В
результате кампании посещаемость матчей стала рекордной для Спартака в
истории чемпионатов России.

Кофе не наркотик!, Кооператив «Черный»

Золото Effie Russia 2017 в номинации «Медиаинновации и
медиаидея»

Владилен Ситников, Chief Creative Officer в Possible Group
Артем Темиров, совладелец, Кооператив «Черный»

Как привлечь внимание широкой аудитории к маленькой московской кофейне,
которая специализируется на specialty кофе, если у тебя почти нет бюджета на
медиа продвижение? Запустить первый онлайн магазин по продаже кофе в
даркнете!

Испытан рынком, Шифер.рф

Золото Effie Russia 2017 в номинациях «Недвижимость,
Строительство» и «Ренессанс»

Игорь Горбунов, директор по маркетингу и развитию DeltaplanAG
Ирина Лукина, владелец, директор МБ Либерти

Сегодня доля шифера на рынке строительных материалов снизилась настолько,
что материал и его производители оказались на грани исчезновения.
Необходимо было напомнить аудитории о существовании продукта и снять
барьеры потребления. В результате кампании продажи шифера выросли
впервые за 10 лет, и это на фоне падения рынка.

Запуск спрея Nicorette

Серебро Effie Russia 2017 в номинации «СтартАп – эффективный
запуск»

Екатерина Макаренкова, директор по маркетингу
Johnson&Johnson

Как убедить заядлого курильщика, что со спреем Никоретте все будет по
другому? Мы сделали ставку на скорость действия инновационного спрея.

Результаты превзошли наши ожидания – доля Никоретте выросла на 12пп
а продажи – практически вдвое!

Вирусная кампания #ВсеТанцуютБровями, Maybelline New York

Золото Effie Russia 2017 в номинации «Кампании с одним каналом коммуникации», серебро Effie Russia 2017 в номинации «Молодежный маркетинг»

Дарья Арзамаскина, Brand Digital Manager, Maybelline NY

Анна Дронова, Creative Group Head, McCann Moscow

Татьяна Шеховцова, Strategic Planner, McCann Moscow

Чтобы убедить девушек в необходимости макияжа бровей, бренд решил выйти за пределы традиционной рекламы и разработал вирусный видео-кавер «ВсеТанцуютБровями» на песню популярного молодежного репера. Видео набрало более 7млн просмотров и привело к двукратному росту доли рынка.

12.30 – 12.50 Кофе брейк

12.50 – 14.10 Эффективность в социальных проектах. Какие бизнес задачи решают социальные проекты компаний

Модераторы – **Елена Кохановская**, МТС, **Карина Оганджян**, TWIGA

Как инвестиции в культурный капитал принесли рекордный процент, Сбербанк

Золото Effie Russia 2017 в номинации «Вклад в общее благо.

Социальная ответственность и устойчивое развитие»

Евгения Чурбанова, управляющий директор – заместитель директора Департамента маркетинга и коммуникаций Сбербанк России

Как отпраздновать юбилей, чтобы выиграло все общество? К своему 175 летию Сбербанк сделал подарок всем жителям России. В итоге – десятикратный рост посещения музеев, 1238 публикаций в прессе с охватом 78,6 млн человек, репутационный показатель выше нормы для категории «Банки».

Дело не в деньгах, Банк Точка

Золото Effie Russia 2017 в номинации «Товары и услуги для бизнеса», бронза Effie Russia 2017 в номинации «Банки. Финансы.

Страхование»

Егор Малахов, управляющий директор РА Восход

Как молодому банку «из провинции» выйти на федеральный B2B рынок, сохранив свою философию в банковском обслуживании? Решением стал отказ от канонической банковской рекламы. Рассказав, что «дело не в деньгах», Банк Точка создала новое информационное пространство – категорию «банк для предпринимателей».

Социальная акция #Спасибоучитель, НП "Лифт в будущее"

Финалист Effie Russia 2017 в номинации «Кампании с краткосрочным эффектом»

Юлия Селюкова, директор Некоммерческого партнерства «Лифт в будущее»

Цель глобального общероссийского флэш моба #СПАСИБОУЧИТЕЛЬ привлечение внимания общественности и СМИ к проблемам образования, повышение престижа педагогических профессий. Этим проектом мы планировали вызвать одновременно чувство гордости и ностальгии, желание изменить положение в лучшую сторону сейчас.

МакХэппи День, McDonald's

Бронза Effie Russia 2017 в номинации «Вклад в общее благо. Социальная ответственность и устойчивое развитие»

Елена Чилингарян, менеджер по связям с общественностью, McDonald's

Наталья Федоркова, стратегический директор, Leo Burnett Moscow

Компания Макдоналдс регулярно проводит ежегодную акцию «МакХэппи День», чтобы привлечь внимание общественности к проблемам детей, которым нужна поддержка, но в этом году она по праву сможет называться «МакХэппи Месяц», ведь впервые за 15 лет сбор средств проходил в течение всего ноября, а не одного дня. В результате акции было собрано более 29 млн рублей.

14.10 – 15.00 **Обед**

15.00 – 16.00 **Новые технологии в Effie**
Модераторы – **Дмитрий Мысков**, Promo Interactive

Data driving Sberbank, Сегменто

Серебро Effie Russia 2017 в номинации «Кампания с эффективным использованием Programmatic Buying»

Альберт Усманов, Digital Marketing Director, Сбербанк

Леонид Блинов, ведущий менеджер интернет проектов, Segmento

Проект Сбербанка и Segmento – это иллюстрация того, как крупный бизнес может и должен работать с технологическим подрядчиком. Партнерство позволило улучшить результаты digital маркетинга Сбербанка в 1,5 раза, сократив бюджетные затраты на 30%.

M.A.R.S. — мультифункциональная автоматизированная рекрутинговая система, KFC

Финалист Effie Russia 2017 в номинации «Товары и услуги для бизнеса»

Сергей Прошаков, руководитель направления по развитию нового бизнеса KFC (YUM! Brands Russia)

Елена Якубова, руководитель проектов по подбору персонала KFC (YUM! Brands Russia)

Проект HR модуль M.A.R.S. (мультифункциональная автоматизированная рекрутинговая система) полностью предназначен для того, чтобы оптимизировать поиск и подбор штата ресторанов KFC.

Бонпари Джамбл Вконтакте, Nestle

Бронза Effie Russia 2017 в номинации «Молодежный маркетинг»

Ксения Судьбина, Strategic Planning Director J. Walter Thomson Russia

Юлия Круцко, Group Brand Manager Confectionary NESTLE

В результате нестандартного решения интерес потребителей к продукту позволил увеличить спрос и превысить запланированный показатель ротации более чем в 2 раза!

16.00 – 17.30 **Работа над ошибками. Разбор кейсов финалистов.**
Эффективные результаты и точки роста

Модератор – **Владилен Ситников**, Possible Group

Эксперты — **Ольга Мачильская**, Hasbro, **Алина**

Черникова, ProHealth, **Георгий Аликошвили**, PONY EXPRESS

Let it Play, М.Видео

Финалист Effie Russia 2017 в номинации «Медиаинновации и медиаидея»

Юлия Зарипова, руководитель департамента маркетинговых коммуникаций М Видео

С целью стимулирования онлайн продаж компания разработала геймифицированную digital платформу, адаптированную под несколько медиаканалов и инструментов. Успех проекта стал одной из составляющих прорыва «М.Видео» в онлайн продажах, выросших в 2016 году на 26%.

Запуск m_mobile, М.Видео

Финалист Effie Russia 2017 в номинации «Брендируемая услуга»

Юлия Зарипова, руководитель департамента маркетинговых коммуникаций М Видео

Что делать если твой бренд все знают и любят, как место для покупки крупногабаритной техники и телевизоров, но мало кто рассматривает, как место для покупки смартфонов? М.Видео решились на амбициозный шаг – запустить новый суб бренд m_mobile. За полгода с момента запуска сервиса бренду удалось на 2% увеличить долю в сегменте и поднять attachment rate на 26%.

**Рост самого дорогого бренда на падающей категории,
GlaxoSmithKline Healthcare**

Бронза Effie Russia 2017 в номинации «Фармацевтические препараты»

Ильвир Махуров, главный категорийный маркетинг менеджер по респираторным брендам GSK Consumer Healthcare

В ситуации падающей категории и переключения потребителей на более дешевые аналоги в связи с кризисом, самому дорогому бренду удалось существенно вырастить свою долю.

Бережная стирка на миллион, Hotpoint

Участник Effie Russia 2017 в номинации «Техника для дома и офиса»

Денис Елисеев, креативный директор и сооснователь, Friends Moscow

Анна Сергиенко, Digital PR&Communications Lead, Whirlpool в России и странах Азии

Стиральные машины Hotpoint славятся своей бережной стиркой. И чтобы доказать это, мы шили постирать вещь, за сохранность которой люди боятся больше всего — деньги. По итогам кампании доля продаж стиральных машин Hotpoint Natis среди всех стиральных машин выросла на 13%.