

B2B MARKETING FORUM 2019

III ВСЕРОССИЙСКИЙ ФОРУМ ПО МАРКЕТИНГУ В СФЕРЕ B2B

практика | идеи | решения
INTERFORUM
www.interforums.ru/b2bm19

28-29
2019
НОЯБРЯ
МОСКВА

Программа форума

B2B Marketing Forum 2019

Москва, 28-29 ноября 2019. Holiday Inn Sokolniki

Первый день. 28 ноября

МОДЕРАТОР



Мария
Василькова

Член Правления. Советник Президента

SEGEZHA GROUP

09:00-10:00

РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ, УТРЕННИЙ КОФЕ.

10:00-11:00

БЛИЦ-АНАЛИТИКА. МАРКЕТИНГ 4.0 ИЛИ КАК МЕНЯЕТСЯ B2B МАРКЕТИНГ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

- Зарубежные мегатренды, которые уже влияют на B2B маркетинг в России
- Перспективы развития digital-B2B – позиционирование через видео и соцсети, автоматизация бизнес-процессов и собственная eCommerce платформа
- Датацентричная digital-трансформация B2B маркетинга и изменение модели работы с партнерами с B2B на B2me
- Перспективы развития Account Based Marketing для B2B
- Клиентский опыт и Customer Journey Map (CJM) для B2B. От эмоции к долгосрочным отношениям
- Инновации в исследовании целевой аудитории и новые способы визуализации больших данных

B2B Marketing Forum 2019

Москва, 28-29 ноября 2019. Holiday Inn Sokolniki
info@interforums.ru | www.interforums.ru/b2b19

практика | идеи | решения
INTERFORUM
Тел. +7 (495) 125-04-12



Илья
Холоднов

Начальник отдела международного маркетинга
ГАЗПРОМНЕФТЬ - СМ



Наталья
Тимощук

Директор по развитию корпоративного бизнеса
макрорегиона «Москва»
TELE2

11:00-13:45 **СЕССИЯ 1. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ И ФОРМИРОВАНИЕ ПОРТРЕТА B2B КЛИЕНТА**

11:00-11:30 **КЕЙС. СБОР И АНАЛИЗ ДАННЫХ ДЛЯ СОСТАВЛЕНИЯ ПОРТРЕТА СВОЕГО B2B-КЛИЕНТА**



Олеся
Лачугина

Директор по маркетингу
ЛОГИКА БИЗНЕСА (ГК АПЛАНА)

11:30-12:15 **АНАЛИТИКА. АКТУАЛЬНЫЕ ПОИСКОВЫЕ ЗАПРОСЫ ПО ОТРАСЛЯМ БИЗНЕСА И КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ В ВАШЕЙ РАБОТЕ**

12:15-12:45 **КОФЕ-БРЕЙК**

12:45-13:15 **КЕЙС. RESEARCH AND DEVELOPMENT. СЕГМЕНТАЦИЯ КЛИЕНТОВ НА B2B-РЫНКЕ**

- Какой нужен бюджет на исследования?
- Как обосновать бюджет на проведение аналитики?
- Как применить результаты в повседневной работе?

13:15- 16:30 **СЕССИЯ 2. ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ КЛИЕНТА И РАЗРАБОТКА НОВЫХ РЫНОЧНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ**

13:15-14:00 **АНАЛИТИКА. ДИДЖИТАЛ ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА, КОТОРЫЕ МОГУТ УПРОСТИТЬ ЖИЗНЬ. ОБЗОР АКТУАЛЬНЫХ СЕРВИСОВ**

14:00-14:30 **КЕЙС. КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ АНАЛИТИКУ КЛИЕНТСКОГО ПУТИ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБНОСТИ В ВАШЕМ B2B ПРОДУКТЕ?**

14:30-15:30

ОБЕД

15:30-16:00

КЕЙС. ФОРМИРУЕМ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОДУКТА НА ОСНОВЕ АНАЛИТИКИ

16:00-16:30

КЕЙС. КАК ПОВЫСИТЬ УЗНАВАЕМОСТЬ БРЕНДА И ТРАНСФОРМИРОВАТЬ ЦЕНУ ПРОДУКТА В ЦЕННОСТЬ В ГЛАЗАХ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ?



Ксения
Елохина

Руководитель направления "Системы видео-наблюдения"

SEAGATE

16:30-19:30

СЕССИЯ 3. DIGITAL КАК КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ И ПРОДАЖ

16:30-17:00

КЕЙС. SOCIAL MEDIA ДЛЯ B2B. ПОВЫШАЕМ ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТОВ ЗА СЧЕТ ПРИОРЕТИЗАЦИИ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ

- Как мы на это решились?
- С какими проблемами столкнулись в процессе?
- Какие результаты это нам принесло?



Наталья
Макарова

Директор по маркетинговым коммуникациям

SIEMENS

17:00-17:30

КЕЙС. В2В С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМ ЛИЦОМ. ИСПОЛЬЗУЕМ ЭМОЦИИ И ИСКРЕННОСТЬ В РАЗГОВОРЕ С ПАРТНЕРАМИ

- Как разговаривать с аудиторией о ценности продукта и бренда простым языком?
- Эмоциональная составляющая на В2В рынке
- Продвижение личного бренда для В2В продаж
- Сторителлинг и новая искренность в общении с В2В клиентами



Ася
Челован

Директор по маркетингу

ТИНЬКОФФ БИЗНЕС

17:30-18:00

КЕЙС. ФОРМИРОВАНИЕ КОНТЕНТА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В2В БРЕНДА В СЕТИ

18:00-18:30

КЕЙС. КАКИМ ДОЛЖЕН БЫТЬ СОВРЕМЕННЫЙ САЙТ В2В КОМПАНИИ? ОТ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАПОЛНЕНИЯ ДО ЮЗАБИЛИТИ

18:30-19:00

АНТИКЕЙС. ПОЧЕМУ НЕ СЛУЧИЛОСЬ ВАУ-ЭФФЕКТА ОТ ЗАПУСКА E-COMMERCE В В2В?

19:00-19:30

КЕЙС. В2В2С. КАК СОЗДАТЬ СПРОС СНИЗУ ПОСРЕДСТВОМ DIGITAL, КОГДА ДИСТРИБЬЮТОР НЕ ХОЧЕТ РАЗВИВАТЬ РЫНОК?



Татьяна
Довлуру

Руководитель службы маркетинга СБЕ

Полимерные мембраны и PIR Корпорации

ТЕХНОНИКОЛЬ

19:30

ЗАВЕРШЕНИЕ ПЕРВОГО ДНЯ ФОРУМА. ФУРШЕТ

Второй день. 29 ноября

МОДЕРАТОР



Мария
Василькова

Член Правления. Советник Президента

SEGEZHA GROUP

09:00-10:00

РЕГИСТРАЦИЯ. ПРИВЕТСТВЕННЫЙ КОФЕ-БРЕЙК

10:00-13:30

СЕССИЯ 4. ОНЛАЙН И ОФЛАЙН ПРОДВИЖЕНИЕ В B2B МАРКЕТИНГЕ

10:00-11:30

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ. OMNICHANNEL ДЛЯ B2B: КАКИЕ DIGITAL- B2C ИНСТРУМЕНТЫ НЕОБХОДИМЫ, А ЧТО НЕ РАБОТАЕТ В B2B МАРКЕТИНГЕ?

- Прогнозирование эффективности и рисков
- Бюджетирование
- Постановка KPI
- Оценка реальных итогов

Эксперты разберут эффективность каждого из каналов:

- Таргетированная реклама
- Контекстная реклама
- Нативная реклама
- Соц. сети
- E-mail рассылки
- Продвижение через мессенджеры
- Офлайн каналы продвижения



Антон
Зуевич

B2B country marketing director

CANON

11:30-12:00

КОФЕ-БРЕЙК

12:00-12:30	КЕЙС. КЛАССИЧЕСКИЙ ОФЛАЙН EVENT В B2B
	<ul style="list-style-type: none"> • Выбор формата мероприятия: конференция, выставка, бизнес-завтрак, премия, MICE... • Позиционирование • Новые концепции • Распределяем бюджет • Считаем финансовую эффективность
12:30-13:00	КЕЙС. ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ЧЕРЕЗ МАРКЕТИНГОВЫЕ АГЕНСТВА
	<ul style="list-style-type: none"> • Как подбирать? • Как контролировать? • Как отслеживать реальную эффективность?
13:00-13:30	ДИСКУССИЯ. ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОМАНДОЙ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МАРКЕТИНГА И ПРОДАЖ
	<ul style="list-style-type: none"> • Как выстроить эффективное взаимодействие маркетинга и продаж? • Agile и SCRUM. Проблемы взаимодействия внутри гибких команд • Как правильно распределить роли в команде при проектной работе? • Какие процессы в B2B маркетинге лучше вынести на аутсорс, а какие оставить in-house?
13:30-14:30	ОБЕД
14:30-15:30	СЕССИЯ 5. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ
14:30-15:00	КЕЙС. ЧТО ЗНАЧАТ «ЦИФРЫ» В АНАЛИТИЧЕСКИХ ОТЧЕТАХ? ПОВЫШАЕМ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВЫХ АКТИВНОСТЕЙ
15:00-15:30	КЕЙС. B2B2C. СООТВЕТСВИЕ ПРОДУКТА ЦЕННОСТЯМ КЛИЕНТА. МЕТРИКИ ДЛЯ ОЦЕНКИ ВПЕЧАТЛЕНИЙ КОНЕЧНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ
15:30-16:00	АНТИКЕЙС. ПРОВАЛЫ МАРКЕТИНГОВЫХ КАМПАНИЙ ИЛИ КАК НЕ ДЕЛАТЬ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ B2B
16:00-18:00	СЕССИЯ 6. ПОВЫШЕНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ B2B КЛИЕНТОВ И ОТРАБОТКА НЕГАТИВА
16:00-16:30	КЕЙС. КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ В B2B. КАК УДИВЛЯТЬ СВОИХ КЛИЕНТОВ?

16:30-17:00

КЕЙС. ПОЗИТИВНЫЙ CUSTOMER EXPERIENCE ONLINE ДЛЯ B2B КОМПАНИЙ

- В чём ценность сервиса для онлайн-клиентов?
- Как найти проблемные точки работы онлайн-магазина?
- Как починить «сломанный» клиентский сервис?
- Новые инициативы для развития сервиса



Антон
Пономарев

Директор департамента по работе с
корпоративными клиентами

ESET RUSSIA

17:00-17:30

КЕЙС. ПРОСТЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ СЕРВИСОМ И КЛИЕНТСКИМ ОПЫТОМ

17:30-18:00

КЕЙС. B2B2C. КАК ВЫСТРОИТЬ ЭФФЕКТИВНУЮ ЭКОСИСТЕМУ РАБОТЫ С ДИСТРИБЬЮТЕРАМИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА?

18:00

ЗАВЕРШЕНИЕ ФОРУМА