ПРОГРАММА КОННЕКТЕД РИТЕЙЛ ФОРУМА 2026 (CONNECTED RETAIL FORUM - 2026)

ТЕМА ФОРУМА:
ПЕРЕЗАПУСК ПОТРЕБЛЕНИЯ: ЭФФЕКТИВНОСТЬ РОЗНИЧНЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ В ЭПОХУ ДИКТАТА ПОТРЕБИТЕЛЯ

7–8 ОКТЯБРЯ 2026 ГОДА
Центр Событий РБК (Москва, Космодамианская набережная, д.52, стр.7)

1 ДЕНЬ (7 ОКТЯБРЯ)		
09:00–19:00	**ХОЛЛЫ ЦЕНТРА СОБЫТИЙ РБК**	**#ЭКСПО #EXPO**
	РАБОТА ВЫСТАВКИ БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ ДЛЯ ВСЕХ ФОРМАТОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	
09:00–19:00	**ХОЛЛЫ ЦЕНТРА СОБЫТИЙ РБК**	**#НЕТВОРКИНГ**
	РАБОТА ЛАУНДЖ-ЗОНЫ (КОФЕБРЕЙКИ И НЕТВОРКИНГ)	
10:00–11:00	**ЗАЛ СТРАТЕГИИ**	**#ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ**
	ДИФФЕРЕНЦИРУЙСЯ – ИЛИ …?	
	Ключевые вопросы: – Необходимость и актуальность **дифференциации** продукта, сервиса и форматов розничной торговли в коннектед ритейле – В нужном месте, в нужное время, подходящий товар, по правильной цене и в нужном количестве: как удовлетворить **растущий запрос потребителя** на что-то особенное – **Избыток розничных форматов:** на чем строить конкурентные преимущества, если рынок переполнен? – **Брендинг через идентичность** для розничных компаний – **Рыночные гипотезы** и создание отличий в клиентских путях, ассортиментной матрице, ценовом позиционировании, технологическом имидже, локации и сервисе **Тайминг секции:** 09:50–10:00 Открытие Форума. Приветственное слово модератора сессии, представление спикеров	**Модератор:** Павел Смирнов, **CHAMPION,** Коммерческий директор **Спикеры:** Павел Шилин, **Азбука вкуса,** Вице-президент «АВ Омни» Кристина Тишкова, **hollyshop,** Основатель Олег Цымбал, **Gulliver Group,**

	10:00–10:15 Кейс «Дифференциация без скидок: как уникальный продукт и сервис заменяют ценовую гонку». Спикер: Павел Шилин 10:15–10:30 Кейс «Как hollyshop превращает собственные площадки в конкурентное преимущество». Спикер: Кристина Тишкова 10:30–10:45 Кейс «Один клиент, два бренда: почему в эпоху рационального потребителя мы объединили детскую и женскую одежду». Спикер: Олег Цымбал 10:45–11:00 Кейс «REPEAT - превращаем хаос ухода за собой в осознанную систему». Спикер: Андрей Кутузов	Директор по развитию офлайн продаж Андрей Кутузов, **Арнест ЮниРусь,** Директор проекта Биологически Активные Добавки
11:15-13:15	**ЗАЛ СТРАТЕГИИ**	**#CONNECTED RETAIL #ПЕРЕЗАПУСК ПОТРЕБЛЕНИЯ**
	ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ «ПЕРЕЗАГРУЗКА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ЭПОХУ ДИКТАТА ПОТРЕБИТЕЛЯ»	
	Ключевые вопросы: – Меняется внешняя среда, меняется розничная торговля: **переосмысление ритейл-стратегий** в эпоху диктата потребителя – **Этап зрелости:** что нужно покупателю, базовые потребности которого удовлетворены, и как стать компанией, к которой потребитель обращается в первую очередь? – **Новое понимание удобства:** как розничной торговле увидеть свои форматы в разрезе потребительских сценариев – и встроиться в них – **Частотные покупки – или спецпредложения?** Как достичь синергии мультиформатного ритейла – Какие тренды потребления российские компании принимают во внимание для **перезагрузки бизнес-моделей** – **Платформенное управление розничной торговлей**: бизнес-инновации, управление портфелем розничных брендов, совместное создание ценности – Переход от **фазы роста к модели зрелой экономики:** спрос не только снижается, но становится более дифференцированным – что с этим делать? – Роли **производителя и ритейлера** в цепочке создания ценности для покупателя **Тайминг секции:**	**Модератор:** Ирина Ратина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** CEO **Спикеры:** Олег Пономарев, **SPAR-Калининград,** Председатель Совета директоров Андрей Кришнев, **ТС О'КЕЙ,** Генеральный директор Антон Макаров, **Divan.ru,** Основатель Алексей Николаев, **Lamoda,**

	11:10–11:15 Вводное слово модератора 11:15–13:10 Модерируемая дискуссия. Спикеры: Александр Горинов, Андрей Кришнев, Антон Макаров, Алексей Николаев, Анна Пилюгина, Николай Поляков, Олег Пономарев, Роман Роменский 13:10–13:15 Завершение дискуссии	Управляющий директор по стратегии и корпоративному развитию Анна Пилюгина, **FES Retail,** Генеральный директор Александр Горинов, **Альфа-Банк,** Старший вице-президент, Руководитель департамента разработки и поддержки продаж транзакционных продуктов Николай Поляков, **SOKOLOV,** CEO Роман Роменский, **Inventive Retail Group,** Вице-президент
13:30-16:00	**ЗАЛ СТРАТЕГИИ**	**#КОММЕРЦИЯ** **#КАТЕГОРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**
	УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМИ КАТЕГОРИЯМИ В УСЛОВИЯХ ПЕРЕЗАПУСКА ПОТРЕБЛЕНИЯ: АДАПТАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ	
	Ключевые вопросы: – Почему ритейлеры становятся **платформами продаж товаров** и как это меняет подход к ассортименту? – Как формируется **ассортимент в эпоху товарного изобилия** и перепроизводства? – **От роли поставщика – к стратегическим партнерствам:** как в условиях перезапуска потребления, диктата потребителя и следующего из него требования низкой цены поставщику и ритейлеру стать партнерами? – **Центры принятия решений:** сети перешли на форматное управление, у каждой свой коммерческий директор, свои СТМ и собственная матрица. Как поставщику эффективно работать с «разными коммерциями» внутри одной сети?	**Модератор:** Наталья Марова, **Retail.ru,** Руководитель проекта **Спикеры:** Ольга Кузнецова, **Happyland,** Коммерческий директор Дмитрий Никонов, **Haier в СНГ**

	– **Возможна ли консолидация** коммерческих функций? – **Сценарии перемешались:** офлайн, онлайн, доставка, самовывоз... Как коммерция должна адаптировать ассортимент под каждый из них? – **Модные vs немодные** категории. Как распределять инвестиции и полку между хайповыми новинками и товарами первой необходимости, не теряя ни трафик, ни маржу? – **Данные как активный инструмент управления** – Как **стандартизировать требования** к поставщикам по данным, чтобы ассортиментные ревью были быстрыми и объективными? – Какие **KPI поставщика** должны заменить устаревшую «скидку за объём»? – **Региональные матрицы:** рост возможностей или входной барьер для поставщиков? – **«Серебряный возраст»:** лучшие практики ассортимента и коммуникаций для этой платёжеспособной аудитории – **Ритейл-медиа:** источник маржи для сети и действенный инструмент для поставщика. Как встроить его в стратегию и операции? **Тайминг сессии:** 13:30–13:35 Приветственное слово модератора 13:35–14:05 Панельная дискуссия с мини-презентациями и кейсами. Спикеры: Ольга Кузнецова, Дмитрий Никонов, Марина Пяткова, Сергей Уваров 14:05–14:20 Выступление «Как ИИ-агент защищает маржу категории: ред-флаги, гипотезы и решения для оперкома за 7 дней вместо недель». Спикер: Олег Костерин 14:20–14:45 Продолжение дискуссии 14:50–15:20 Панельная дискуссия с мини-презентациями и кейсами. Спикеры: Денис Колесников, Денис Лысак, Наталья Мартынова, Сергей Уваров 15:20–15:40 Выступление «Интегрированная цепочка создания ценности в категории кофейных напитков: от производства до магазина». Спикер представляет вторую по размеру кофейную компанию Китая 15:40–16:00 Продолжение дискуссии	**и Центральной Азии,** Коммерческий директор и член Совета директоров Марина Пяткова, **Розничная сеть «Дикси»,** Коммерческий директор Олег Костерин, **InfoVizion,** Директор Сергей Уваров, **М.Видео,** Коммерческий директор Денис Колесников, **Сеть гипермаркетов «О'КЕЙ»,** Коммерческий директор Денис Лысак, **PresiDENT,** Генеральный директор Наталья Мартынова, **Openface,** Сооснователь, Операционный директор James, **Cotti Coffee Professional China,** Вице-президент
16:15-18:00	**ЗАЛ СТРАТЕГИИ**	**#ЮВЕЛИРНЫЙ РИТЕЙЛ**
	МЕНЯЯ ПРАВИЛА: ЮВЕЛИРНЫЙ РИТЕЙЛ	
	Ключевые вопросы:	**Модератор:**

	– Главные **тренды ювелирного ритейла,** текущее положение и драйверы роста сегмента – **Динамика продаж:** доля офлайн и онлайн, влияние маркетплейсов – **Структура спроса:** поляризация рынка на масс-маркет и премиум – **Продуктовая стратегия в ювелирном ритейле:** как формировать ассортимент и запускать новинки – Разработка новых продуктов: **от идеи до полки** – **Диверсификация ассортимента** и ценовая гибкость – **Региональные тренды** и как им соответствовать? – **Искусственные украшения:** как серебро и выращенные бриллианты меняют возможности ювелирных ритейлеров – **Клиент как соавтор:** спрос на персонализацию и эмоциональную ценность через кастомизацию изделий – Переосмысление роли магазинов: почему сегодня **важно качество контакта** – Офлайн как «центр экспертизы» – **Маркетинг в ювелирном ритейле:** каналы, креатив, роль отзывов, контента и UGC, коллаборации и работа с инфлюенсерами – **Смена потребительских предпочтений:** от вложений к стилю – Новый взгляд на **ювелирный дизайн** **Тайминг сессии:** 16:15–16:20 Приветственное слово модератора 16:20–17:45 Экспертная дискуссия с кейсами. Спикеры: Петр Горшков, Ксения Доценко, Виктория Ливенская, Елена Любина, Дмитрий Медведев, Даниил Хрусталев 17:45–18:00 Завершение сессии, ответы на вопросы	Виолетта Минина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Партнер **Спикеры:** Петр Горшков, **SUNLIGHT,** Коммерческий директор Ксения Доценко, **Бронницкий Ювелир,** Генеральный директор Виктория Ливенская, **Федеральная ювелирная сеть «585 ЗОЛОТОЙ»,** Исполнительный директор Елена Любина, **Magi Jewelry,** Основатель Дмитрий Медведев, **Poison Drop,** Операционный директор Даниил Хрусталев, **SOKOLOV,** Директор по маркетингу
10:00-11:15	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#ПОТРЕБИТЕЛЬ #ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ**
	ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ЭКСТРЕМИЗМ	
	Вопросы сессии: – **Сценарии потребительского экстремизма** в коннектед ритейле: офлайн, онлайн, доставка и возвраты	**Модератор:** Виолетта Минина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг**

	– Где проходит граница между защитой прав потребителя и злоупотреблениями? – **Лазейки в законах**: как потребители используют их для давления на бизнес? – **Категории риска:** косметика, бытовая техника, одежда **–** где проблемы возникают чаще? – Как публичные **отзывы и соцсети** усиливают эффект от нечестных претензий – **Глобальный анти-опыт:** а как в других странах? – **Система защиты** розничной торговли от потребительского экстремизма – Между недобросовестным поведением и клиентским опытом**: как отличить** одно от другого? – Профилактика конфликтов и **обучение персонала** для противодействия потребительскому экстремизму – Грамотные коммуникации: как действовать в спорных ситуациях, чтобы не создавать прецеденты? – Документооборот ситуаций потребительского экстремизма **Тайминг сессии:** 10:00–10:05 Приветственное слово модератора, представление спикеров 10:05–10:20 Кейс «Экономика претензии: защита розницы от потребительского экстремизма без ущерба для добросовестного клиента». Спикер: Ася Трегубенкова 10:20–10:40 Кейс «Как скидка за рассылку дошла до Верховного суда, или почему клиент не всегда прав». Спикер: Наталья Крылова 10:40–11:00 Кейс «Недобросовестное поведение конкурентов, экстремизм покупателей: как обучение персонала помогает выявлять риски, не разрушая клиентский опыт». Спикер: Евгения Симакова 11:00–11:15 Кейс «Права потребителя: возвраты, экспертиза, экономика спора». Спикер: Иван Рябченко	**(Retail TECH Net),** Партнер **Спикеры:** Ася Трегубенкова, **Inventive Retail Group,** Директор по развитию Наталья Крылова, **Melon Fashion Group,** Директор по правовым вопросам Евгения Симакова, **Geltek,** Операционный директор Иван Рябченко, **Lamoda,** Руководитель группы юридической защиты
11:30–13:15	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#МАГАЗИН #ДИЗАЙН**
	МРАМОР ИЛИ РОБОТЫ: КАК ПРАВИЛЬНО ОБНОВИТЬ ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ	
	Ключевые вопросы:	**Модератор:** Анастасия Колчина,

	– **Инвестиции в «мрамор»:** как дизайн, свет, запах и звук влияют на время в магазине, средний чек и частоту визитов **–** есть ли измеримый ROI? – **Инвестиции в «роботов»:** кассы самообслуживания, digital signage экраны, идентификация товаров и технологии в торговом зале **–** что реально работает на клиентский опыт, а что остается дорогим и бесполезным шоу? – **Флагман vs районный магазин**: стоит ли вкладываться в вау-клиентский опыт в каждой точке, или лучше сосредоточить его в нескольких флагманских локациях, и почему? – Юго-Восточная Азия **как витрина будущего:** что уже работает в Китае, Японии и Южной Корее **–** и почему это важно российскому ритейлу прямо сейчас? – Японский концепт-стор, корейский флагман **– как из магазина делают «точку назначения»** и зачем это нужно? – **Фиджитал 2026:** новости бесшовной интеграции офлайн и онлайн. Как сделать незаметными границы между магазином, приложением и доставкой? – **Обновление без закрытия:** как перестраивать работающий магазин под новую концепцию клиентского опыта, не теряя трафик и выручку в процессе? **Тайминг секции:** 11:30–11:35 Приветственное слово модератора, представление спикеров 11:35–11:50 Выступление «Лаборатория изменений: тренды-дизрапторы, которые уже меняют рынок Юго-Восточной Азии». Спикер: Анастасия Колчина 11:50–12:10 Кейс «Флагман или районный магазин: как М.Косметик балансирует опыт в каждой точке и дифференцирует бьюти-сторы». Спикер: Мария Шматкова 12:10–12:30 Кейс «От точки продаж к точке контакта: как меняется роль магазина». Спикер: Анна Мазурик 12:30–12:45 Выступление «Свобода покупателя vs потери магазина: где технологии находят баланс». Спикер: Алексей Куроедов 12:45–13:00 Кейс «Инвестиции в «мрамор»: дизайн, свет, запах и звук влияют на время в магазине, средний чек и частоту визитов». Спикер: Юлия Ваховская 13:00–13:15 Кейс «Улыбка вместо пересчёта – торговая точка без кассира, кейс Глобус Лавка». Спикеры: Роман Павленко, Анна Юрусова	**Архитектурное бюро «Синица»,** Сооснователь **Спикеры:** Анастасия Колчина, **Архитектурное бюро «Синица»,** Сооснователь Мария Шматкова, **М.Косметик,** Директор по развитию клиентского опыта и ценностного предложения Анна Мазурик, **ZARINA,** Генеральный директор Алексей Куроедов, **ГК Сервис Плюс,** Коммерческий директор Юлия Ваховская, **Poison Drop,** Руководитель офлайн направления Роман Павленко, **Гиперглобус,** Руководитель отдела малых форматов торговли Анна Юрусова, **ГЛОБИТ, Стратегический ИТ партнер сети гипермаркетов «Глобус»,** Руководитель отдела развития ИТ бизнеса

13:30–15:45	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ #АССОРТИМЕНТ #МЕРЧАНДАЙЗИНГ**
	МУЖСКОЙ FASHION В РОССИИ: БЕЗНАДЁЖНЫЙ РЫНОК ИЛИ ГОЛУБОЙ ОКЕАН?	
	Ключевые вопросы: – **Мужской ритейл:** почему рынок считается сложным? – Российский **мужчина-покупатель** в 2026 году: как изменилось его отношение к одежде, бюджет на гардероб и готовность платить за качество и бренд? – Casual, business, smart casual: как сдвинулся **баланс категорий** за последние годы **–** и каким должен быть актуальный ассортимент мужского ритейла? – **Премиум против масс-маркета:** есть ли в России устойчивый средний ценовой сегмент в мужской одежде, или рынок разрывается на два полюса? – **Мерчандайзинг и визуальный язык мужского магазина:** чем он принципиально отличается от женского и почему большинство ритейлеров этого не учитывают? – Мужчина ~~не ходит за одеждой~~ всё-таки ходит в магазин: как выстроить **клиентский путь,** при котором покупка мужской одежды становится регулярной, а не случайной? – **Мужская аудитория в онлайне:** как она покупает, что ищет и почему конверсия из просмотра в покупку здесь принципиально другая? – **Лояльность покупателей-мужчин:** как её завоевать и удержать и что здесь критичнее **–** сервис, экспертиза стилиста, персональные рекомендации или что-то другое? – **Больше никакого «мужского» и «женского»:** как зумеры взрывают традиционные категории в индустрии одежды – **Голубой океан на практике:** незанятые ниши, форматы и аудитории в мужском ритейле, почему они остаются нетронутыми, и кто станет бенефициаром их освоения? **Тайминг сессии:** 13:30–13:35 Приветственное слово модератора 13:35–13:50 Кейс «Мерчандайзинг и визуальный язык мужского магазина: чем он принципиально отличается от женского и почему большинство ритейлеров этого не учитывают?». Спикер: Артем Иванов	**Модераторы:** Анна Шалаева, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Программный директор Ирина Ратина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** CEO **Спикеры:** Артем Иванов, **Траектория,** Технический директор Алексей Аксенов, **Omnidata,** Генеральный директор Сергей Абрамов, **ZARINA,** Креативный директор Ирина Максимова, **Lamoda,** Директор департамента по закупкам и развитию собственных и модных брендов Марианна Румянцева, **Marc O'Polo,** Генеральный директор в России и СНГ

	13:50–14:05 Выступление «Особенности управления коллекций в мужском fashion на примере HENDERSON». Спикер: Алексей Аксенов 14:10–15:00 Дискуссия «Портрет российского мужчины-покупателя: мифы и реальность». Спикеры: Сергей Абрамов, Ирина Максимова, Марианна Румянцева, Виктор Семенюк, Анна Сироткина 15:00–15:45 Открытое интервью с Арсеном Балаяном. Интервьюер: Ирина Ратина	Виктор Семенюк, **Vnachale,** Сооснователь Анна Сироткина, **BAON,** Коммерческий директор Арсен Балаян, **Дом Моды HENDERSON,** Директор департамента маркетинга
16:00–17:45	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ #МАГАЗИН**
	СЦЕНАРИЙ БУДУЩЕГО КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА	
	Ключевые вопросы: – **Сценарий будущего:** какой клиентский опыт мы строим сегодня? – **Как перестать выбирать** и объединить эмоции, удобство, скорость, конверсию и хороший чек – **Новое понимание удобства** у современных покупателей: что реально делает магазин и электронную площадку привлекательным местом для покупок – Граница между «приятным магазином» и «эффективным магазином»: можно ли одновременно повышать лояльность и прибыльность – **Методы влияния на покупателя:** пространство, навигация и атмосфера (свет, музыка, запахи) – Как адаптировать пространство под разные типы трафика и нужны ли разные сценарии работы магазина в утренние и вечерние часы? – Как обучать и мотивировать персонал именно на клиентский опыт, а не только на выполнение планов: какие инструменты и KPI здесь уместны? – Как **интегрировать онлайн и офлайн,** чтобы поход клиента в магазин усиливал желание вернуться в него и онлайн? – Где чаще всего «ломается» клиентский опыт и как с этим работать **Тайминг секции:**	**Модератор:** Раиса Панченко, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Программный директор **Спикеры:** Надежда Круликовская, **Gulliver Group,** Операционный директор Анна Тютчева, **LOVE REPUBLIC,** Директор по маркетингу Ирина Зуева, **Inventive Retail Group,** Директор по маркетингу дивизиона потребительской электроники Александр Беляков, **ГК Сервис Плюс,**

	16:00–16:15 Кейс «Остров притяжения: клиентский опыт Gulliver Toys». Спикер: Надежда Круликовская 16:15–16:30 Кейс «Ритейл как lifestyle-опыт: кейс MAISON LOVE REPUBLIC». Спикер: Анна Тютчева 16:30–16:45 Выступление «Магазин в реальном времени: как управлять клиентским опытом от выбора до оплаты». Спикер: Александр Беляков 16:45–17:05 Кейс «Есть ли будущее у оффлайн магазина и какое оно». Спикер: Ирина Зуева 17:05–17:25 Кейс «Клиентский опыт – не арбуз». Спикер: Иван Слуговин 17:25–17:40 Выступление «Как выстроить ИИ-конвейер по работе с визуалами и вывести ритейл маркетинг на новый уровень». Спикеры: Маргарита Гагина, Екатерина Мальцева	Генеральный директор Ритейл Софт Иван Слуговин, **BOSCO,** Управляющий директор Маргарита Гагина, **Phygital+,** Руководитель стратегических партнерств Екатерина Мальцева, **LADA Цифра,** Руководитель команды дизайна коммуникаций
18:00–19:30	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#ЛИЧНЫЙ БРЕНД #КАРЬЕРА**
	МАСТЕР-КЛАСС «ЛИЧНЫЙ БРЕНД РУКОВОДИТЕЛЯ: КАРЬЕРА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ПЕРСОНАЛЬНОГО ПИАРА И КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ»	
	Персональная коммуникационная стратегия и создание личного бренда – часть работы ТОП-менеджера. Неважно, связываете вы свою карьеру с одним брендом или готовы передвигаться от компании к компании – достигнув **C-level** уровня, вы должны направить часть своего внимания на коммуникации с внешней средой. **Чем выше вы стоите на карьерной лестнице, тем проще потерять завоеванное.** Топ-позиций не так много, как кандидатов на них. Поэтому задумываться о своей профессиональной уязвимости нужно не в тот момент, когда наступает карьерный кризис, и даже не в тот момент, когда вы стоите на вершине, а тогда, когда вы строите свою репутацию, реальные достижения и систему социальной коммуникации. Знаете людей, которые **были известны** до выхода из корпораций? К их мнению прислушивались. Их ценили на работе и приглашали в отраслевые сообщества. Но как только они оказывались за границами компаний – выяснялось, что их статус существовал исключительно **внутри чужой истории.** Обычные представления о **личном бренде** довольно	**Спикер:** Дмитрий Лукиенко, Стратегические коммуникации для первых лиц и ТОП-менеджеров

	примитивны: нужно больше узнаваемости, публикаций, интервью, подписчиков и охватов. Нужна **тема,** на которую я буду высказываться, чтобы выделяться среди остальных. Все это можно получить – и всё равно не иметь собственного уникального образа и потока карьерных возможностей. **Сильный личный бренд** – это не когда про тебя много говорят, не количество выступлений и публикаций в социальных сетях. В современных информационных потоках сложно выделиться. Вот почему нужно создавать не поток активностей, а **собственную систему смыслов.** Сдвиг от рассуждений на профессиональные темы к **личному и профессиональному бренду** происходит тогда, когда вы становитесь источником смыслов. **Проблема C-level руководителей** обычно не в том, что им нечего сказать. Ситуация ровно обратная: они слишком хорошо знают свою работу и поэтому считают, что рассказывать нечего. Для CFO очевидно, как устроена экономика бизнеса. Для COO очевидно, почему компания меняет процессы. Для CIO очевидно, что происходит с технологиями. Для CMO очевидно, почему меняется потребительское поведение. Для HRD очевидно, почему людям становится недостаточно просто зарплаты. Но то, что для вас является рабочей рутиной, для рынка может быть экспертизой, а для вас – **источником роста, карьерной устойчивости, портфельной занятости и долгосрочной профессиональной стабильности.** Мастер-класс Дмитрия Лукиенко – для тех, кто хочет научиться использовать коммуникации для продления своей менеджерской карьеры. **Тайминг секции:** 18:00–18:05 Вводное слово модератора 18:05–19:00 Мастер-класс 19:00–19:30 Ответы на вопросы	
10:00–14:00	**ЗАЛ ИДЕИ**	**#HR #LEAN-МЕНЕДЖМЕНТ**
	ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ LEAN-МЕНЕДЖМЕНТА: НОВАЯ РОЛЬ HR-ДИРЕКТОРА В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ	

	Ключевые вопросы: – **Пересборка HR-процессов** в период замедления экономики – **Lean managament (бережливое производство):** философия выживания в условиях кадрового голода и падения маржи – **HR-директор как архитектор изменений** во внедрении организационной системы на базе lean-мышления – **Бизнес- и технологические инструменты и решения,** помогающие внедрить lean-подход – **Борьба со всеми видами потерь** через организацию процессов, обучение персонала и создание культуры бережливой организации – **Стандартизация в рознице:** где она возможна? – **Работа над ошибками:** как формировать у персонала вовлеченность в соблюдение правил и совершенствование процессов – Новый стандарт управления временем персонала: **эргономика работы** сотрудников магазина, оптимизация человеческого ресурса – **Дашборды реального времени:** аналитика бизнеса через призму lean-организации – **Культурная инженерия**: от контроля к тренингу, от плана продаж к плану снижения потерь, от штрафов и бонусов – к микрообучению и поиску системных решений – **Индекс вовлеченности** в улучшения – **Управление сопротивлением** (Change Management) – Как пересматривать **профили соискателей** для lean-ориентированной розничной торговли? – Оптимизация **потока знаний и компетенций,** наставничество, расширение опыта на всю компанию **Тайминг сессии:** 10:00–10:05 Приветственное слово модератора сессии, представление спикеров 10:05–10:45 Пленарная дискуссия с микрокейсами lean-менеджмента в розничной торговле. Спикеры: Светлана Бояршинова, Валентина Ватрак, Елена Лукиева, Анна Муромцева, Татьяна Рубцова, Татьяна Череватенко 10:45–11:00 Выступление «Как временная занятость снижает операционные расходы бизнеса: секреты экономии». Спикер: Влад Твердохлеб	**Организатор:** Елена Лондарь, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Партнер **Модератор:** Влад Твердохлеб, **Авито Подработка,** Руководитель отдела по работе с ключевыми клиентами **Спикеры:** Светлана Бояршинова, **М.Косметик,** Директор по персоналу Валентина Ватрак, **Спортмастер,** Директор по организационному развитию и управлению персоналом Елена Лукиева, **Четыре Лапы**, Директор по персоналу Анна Муромцева, **Сеть ресторанов быстрого обслуживания ROSTIC'S,** Директор по персоналу Татьяна Рубцова, **Супер Лента,** Директор по персоналу Татьяна Череватенко, **Gulliver Group,**

	11:00–11:45 Продолжение пленарной дискуссии и ответы на вопросы 12:00–12:15 Выступление «Пересборка HR-процессов в период замедления экономики. Повышение эффективности расходов на персонал, бюджетирования ФОТ и организационного управления в ритейл компании». Спикер: Иосиф Панасюк 12:15–12:30 Кейс «HR как архитектор изменений во внедрении организационной системы на базе lean-мышления». Спикер: Светлана Кубчак 12:30–12:45 Кейс «Не сокращать, а освобождать: как HR возвращает время и энергию сотрудникам магазина». Спикер: Екатерина Сигида 12:45–13:00 Выступление «От количества людей к качественному результату: новая экономика персонала в ритейле». Спикер: Валерия Доманская 13:00–13:15 Кейс «Как обучение помогает победить потери в ТС Монетка». Спикер: Елена Бочкарёва 13:15–13:30 Кейс «От запроса бизнеса к системе знаний: создание функциональных школ». Спикер: Алексей Ициксон 13:30–13:45 Кейс «Стандартизация как инструмент непрерывного повышения производительности труда». Спикер: Наталья Терещенко 13:45–13:55 Завершение сессии, ответы на вопросы	Директор по персоналу и организационному развитию Иосиф Панасюк, **НОВА ЕПМ,** Генеральный директор Светлана Кубчак, **SELA,** Руководитель отдела подбора, адаптации и обучения Екатерина Сигида, **Розничная сеть «Дикси»,** Директор по персоналу Валерия Доманская, **OPEN Group,** Директор по персоналу Елена Бочкарёва, **Группа ЛЕНТА,** **ТС Монетка,** Директор по персоналу Алексей Ициксон, **Группа Черкизово**, Директор департамента по привлечению и управлению талантами Наталья Терещенко, **Мясницкий ряд**, Директор по персоналу
		СЕКЦИЯ ОРГАНИЗОВАНА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМПАНИИ Авито Подработка
14:30–16:30	**HR-ЛАНЧ (закрытое мероприятие, вход по приглашениям организаторов)**	**#НЕТВОРКИНГ**
14:15–15:45	**ЗАЛ ИДЕИ**	**#ФИНТЕХ** **#ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ**
	FINTECH КАК НОВАЯ ВИТРИНА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	

	Ключевые вопросы: – **Финтех для розничной торговли:** хорошо знакомые и новые инструменты и их ценность – **Шопинг-витрины** банков: результативный механизм трафика и персонализации – **Экосистема, вовлеченность и комиссия:** какие эффекты получают банки от сотрудничества с продавцами – Как банку создать **добавочную ценность** для ритейла через собственную аналитику и ML-алгоритмы – **Финансовые сервисы** как отдельный центр дохода маркетплейсов и ритейлеров – **Финтех-коллаборации** как механизм обеспечения лояльности клиентов – **Ценность финтех-аналитики:** реальные знания о покупателе **Тайминг секции:** 14:15–14:20 Приветственное слово модератора 14:20–14:35 Выступление Т-Реклама. Спикер: Виталий Бегус 14:35–15:40 Дискуссия сессии с кейсами. Спикеры: Алина Жаброва, Оксана Крылова, Константин Ищенко, Елизавета Малышева, Салман Шайдулин 15:40–15:45 Завершение работы секции, подведение итогов	**Модераторы:** Виолетта Минина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Партнер Виталий Бегус, **Т-Реклама,** Руководитель направления развития партнеров **Спикеры:** Алина Жаброва, **ВкусВилл,** Лидер партнерских каналов онлайн Оксана Крылова, **МПБК ОЧАКОВО,** Медиа менеджер Константин Ищенко, **NRAV,** Коммерческий директор Елизавета Малышева, **Торговый Дом Ярмарка,** Менеджер по развитию ключевых клиентов в канале электронной коммерции Салман Шайдулин, **Торговый Дом Ярмарка,** Руководитель отдела продаж и трейд-маркетинга в канале электронной коммерции
		СЕКЦИЯ ОРГАНИЗОВАНА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМПАНИИ Т-Реклама
16:00–17:50	**ЗАЛ ИДЕИ**	**#РИТЕЙЛ ЦИВИЛИЗАЦИЯ**

	RETAIL ЦИВИЛИЗАЦИЯ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ	
	Ключевые вопросы: – **Не инспирация, а адаптация бизнес-логики** под собственные бизнес-задачи: как создавать насмотренность и обучаться в странах с отличным от России культурным кодом – **Уроки операционных бизнес-моделей** LATAM и Юго-Восточной Азии – **Стратегии захвата лидерства** на иностранных рынках: какие практики нам нужно заимствовать – Как зарубежные компании создают **новые потребительские сценарии –** и почему это работает – **Открываем офис в Китае:** что нужно знать? – **Конкуренция и эффект лупы** по отношению к зарубежным компаниям: какие препятствия мешают ускорению интеграции рынков – **Трансграничные коллаборации** в отрасли розничной торговли: ритейлер, бренд-производитель и **оператор лояльности** – **Статус маркетплейсов** в региональных экономиках: коммодити процессы и пути развития цифровой модели продаж – **Как строится категорийное управление** в разных странах**:** какие категории являются драйверами трафика, генераторами маржи, и есть ли универсальные правила игры? – **СТМ** в обороте компаний: международный опыт – **Существует ли разница в продуктах,** или как адаптировать азиатские товары к российским полкам – **Потребители, поведение и маркетинг:** ключевые различия в разных регионах мира – **Подход к инновациям** – **Амбиции и их цена:** когда компании готовы идти на высокие риски и кто становится бенефициаром глобальных изменений – **Какой элемент азиатской операционной культуры (lean, конкуренция на низкой марже, AI)** можно перенести в российскую розничную торговлю **–** и какие очевидные барьеры у нас существуют? **Тайминг сессии:** 16:00–16:05 Приветственное слово модератора 16:05–17:10 Дискуссия с кейсами «Уроки операционных бизнес-моделей: как изучать опыт глобальных регионов и что можно из него почерпнуть». Спикеры: Евгений Бурханов, Аскар	**Модератор:** Павел Смирнов, **CHAMPION,** Коммерческий директор **Спикеры:** Евгений Бурханов, **SPAR-Калининград,** Операционный директор Аскар Кинжигалиев, **ВинЛаб,** Член совета директоров, Директор по электронной коммерции Антон Сиземин, **М.Видео,** Руководитель проекта трансграничной торговли Анна Сироткина, **BAON,** Коммерческий директор Дарина Старшинова, **Азбука вкуса,** Вице-президент по маркетингу Лидия Мирошниченко, **AskMask,** Основатель Анна Савицкая, **AskMask,** Основатель Елена Соловьева, **Fratelli Guzzini,**

	Кинжигалиев, Антон Сиземин, Анна Сироткина, Дарина Старшинова 17:15–17:30 Кейс «Как азиатский бренд становится российским бестселлером: адаптация продуктов, переговоры с ритейлом и маркетинг под новый культурный код». Спикеры: Лидия Мирошниченко, Анна Савицкая 17:30–17:45 Кейс «Международный опыт накопительных механик: как кросс-индустриальное партнерство создает эмоциональную лояльность в продуктовом ритейле». Спикер: Елена Соловьева 17:45–17:50 Завершение работы секции, подведение итогов	Директор по программам лояльности и коммерческому развитию
18:00–20:00	**ЗАЛ ИДЕИ**	**#НЕТВОРКИНГ**
	КНИЖНЫЙ КЛУБ «ЖИВОЙ КОНСПЕКТ»	
	Наступило время для чтения! **Во времена изменений, в бесконечном потоке информации** – человеку нужны время и возможности для продуктивной рефлексии и поиска вдохновляющих идей. Приглашаем в новый опыт погружения в бизнес-литературу! Участников – **впервые на отраслевом форуме** – ожидает специальный формат книжно-дискуссионного клуба «Живой Конспект», организованного Марией Шматковой. Этот вариант продуктивной работы над собственным профессиональным развитием подойдет тем, кто хочет не только послушать доклады, но и обсудить идеи с топ-менеджерами вживую. Дискуссионный клуб состоится по книге Александра Аузана «Экономика всего». Это универсальное издание, которое будет полезно любому эксперту отрасли розничной торговли, независимо от того, читали вы книгу раньше или открываете её впервые. Аузан простым языком объясняет, как **культурные коды, институты и привычки влияют на экономические решения.** Тема книги напрямую пересекается с вызовами современного ритейла. Формат встречи: живая дискуссия с профессиональной модерацией. Участники смогут обменяться мнениями, привести примеры из практики и посмотреть на знакомые бизнес-процессы под новым углом. **Тайминг сессии:**	**Модераторы:** Мария Шматкова, **М.Косметик,** Директор по развитию клиентского опыта и ценностного предложения Алексей Хохлов, **Группа компаний «Магнит», Формат «Заряд от Магнита»,** Операционный директор

	18:00–18:10 Приветственное слово, знакомство с ведущими 18:10–19:30 Разбор книги Александра Аузана «Экономика всего» с дискуссией и обсуждением бизнес-кейсов 19:30–20:00 Коктейль для участников сессии, общение и ответы на вопросы	
	ПРОСИМ ПРОЙТИ ОТДЕЛЬНУЮ РЕГИСТРАЦИЮ	
2 ДЕНЬ (8 ОКТЯБРЯ)		
09:00–19:00	**ХОЛЛЫ ЦЕНТРА СОБЫТИЙ РБК**	**#ЭКСПО #EXPO**
	РАБОТА ВЫСТАВКИ БИЗНЕС-РЕШЕНИЙ ДЛЯ ВСЕХ ФОРМАТОВ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	
09:00–19:00	**ХОЛЛЫ ЦЕНТРА СОБЫТИЙ РБК**	**#НЕТВОРКИНГ**
	РАБОТА ЛАУНДЖ-ЗОНЫ (КОФЕБРЕЙКИ И НЕТВОРКИНГ)	
10:00–14:00	**ЗАЛ СТРАТЕГИИ**	**#e-RETAIL #ИНСПИРАЦИЯ #СОЦИАЛЬНАЯ КОММЕРЦИЯ**
	ЦИФРОВОЙ РИТЕЙЛ (e-RETAIL): ОТ ИНСПИРАЦИИ К ТРАНЗАКЦИИ	
10:00–11:30	**e-RETAIL: ЭКОНОМИКА ПРОДАВЦА, РЕГУЛИРОВАНИЕ, ДОВЕРИЕ И КОНТЕНТ**	
	Ключевые вопросы: – **Новая реальность онлайн-ритейла:** какие инструменты доступны в 2026 году для цифровых площадок – **Регуляторное давление** и новые требования к маркетплейсам: как площадкам и продавцам заранее готовиться к регуляторным изменениям? – **Селлеры:** как сделать экономику продавца на маркетплейсе прозрачной и предсказуемой? – **Модели комиссий,** логистики и трафика – Как продавцу **строить стратегию видимости** без тотальной зависимости от платного продвижения? – **ИИ (AI) инструменты:** когда новые технологии станут устойчивой моделью клиентского агентского пути? – **Снижение потребительской лояльности:** как трансформировать бесконечную полку, чтобы отвечать на вызовы новых потребительских трендов **Тайминг сессии:**	**Модератор:** Виолетта Минина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Партнер **Спикеры:** Карен Ашрафян, **М.Видео,** Директор по развитию маркетплейса Сергей Гречин, **AliExpress СНГ,** Генеральный директор Александра Иванченко, **ВсеИнструменты.ру,**

	10:00–10:05 Приветственное слово модератора, представление спикеров 10:05–11:25 Пленарная дискуссия. Спикеры: Карен Ашрафян, Сергей Гречин, Александра Иванченко, Анна Карпова, Сергей Кофейников, Максим Попов, Дмитрий Селихов 11:25–11:30 Завершение дискуссии, подведение итогов	Директор по продажам B2C клиентам Анна Карпова, **Ozon,** Директор по развитию бизнеса Сергей Кофейников, **Fitness Shock,** Основатель Максим Попов, **Paragraph Collection,** Владелец Дмитрий Селихов, **POIZON**, Региональный директор
11:45–13:45	**e-RETAIL: ВОРОНКА ПРОДАЖ И СЕКРЕТЫ КОНВЕРСИИ**	
	Ключевые вопросы: – **Закрывать потребность поздно:** как сформировать желание клиента купить на вашей площадке – **Не в «кликах» путь**, или как идет борьба за внимание покупателя до поиска товара – **AI агенты:** когда они реально поменяют путь покупателя – и как к этому подготовиться – **Медиа-лента вместо витрины:** как социальная коммерция проникает в омниканальный ритейл – **Чем заменить инспирацию** клиента, если социальная коммерция не работает? – **Борьба за транзакции:** на каких этапах воронки покупатель готов купить или отказаться от покупки – **Продукт в угоду алгоритмам:** как сделать карточку товара «вкусной» для ИИ – **Незаменимые сервисы в e-retail рутине:** как снижать стоимость привлечения и удерживать маржинальность – **Секреты конверсии:** показательные кейсы от лидеров конверсионных продаж – Как объединить данные, контент, лояльность и продажи – **Работа с отзывами** в цифровом ритейле	**Модератор:** Виолетта Минина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Партнер **Спикеры:** Татьяна Коновальчик, **ZARINA,** Директор по маркетингу Евгений Хрисанов, **PresiDENT,** Руководитель направления электронной коммерции Елена Чеховская, **Rendez-Vous,** Директор по электронной коммерции

	Тайминг сессии: 11:45–12:00 Кейс «Из сообщения в магазин: как CRM-коммуникации конвертируют цифровой интерес в розничные продажи». Спикер: Татьяна Коновальчик 12:00–12:15 Кейс «Секреты конверсии: показательные кейсы от лидеров конверсионных продаж. Формат упаковки как рычаг конверсии». Спикер: Евгений Хрисанов 12:15–12:30 Кейс «Борьба за транзакции: на каких этапах воронки покупатель готов купить или отказаться от покупки». Спикер: Елена Чеховская 12:30–12:45 Кейс «Как получить X2 конверсии воронки продаж? Прикладные кейсы». Спикер: Ирина Аполихина 12:45–13:00 Кейс «Сайт – не витрина, а инструмент привлечения и удержания на весь путь покупателя». Спикер: Максим Набока 13:00–13:15 Кейс «Транзакция на несколько миллионов рублей в онлайне: как устроена воронка в авторитейле». Спикер: Ринат Утешев 13:15–13:30 Кейс «М.Видео меняет правила игры: как развивается Fashion-направление на маркетплейсе». Спикер: Екатерина Лезгинцева 13:30–13:45 Кейс «AI агенты: когда они реально поменяют путь покупателя». Спикер: Александр Данилюк	Ирина Аполихина, **SHIK Cosmetics,** Заместитель генерального директора по электронной коммерции Никита Любаев, **Gulliver Group,** Директор по маркетингу и электронной коммерции Максим Набока, **ГК РОЛЬФ,** Диджитал директор Екатерина Лезгинцева, **М.Видео,** Директор направления Fashion на маркетплейсе Александр Данилюк, **MIXIT,** Директор по электронной коммерции
14:00–18:00	**ЗАЛ СТРАТЕГИИ**	**#CRM_LEADERS** **#ЛОЯЛЬНОСТЬ** **#МОНЕТИЗАЦИЯ**
	ФИДЖИТАЛ (PHYGITAL) ЛОЯЛЬНОСТЬ, ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ И МОНЕТИЗАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ	
14:00–16:00	**ЛОЯЛЬНОСТЬ НА СКОРОСТИ: ТЕХНОЛОГИИ, ДАННЫЕ И СТРАТЕГИИ**	
	Ключевые вопросы: – Phygital–лояльность: кто сегодня отвечает за **бесшовность** – Персонализация по поведению против демографических ярлыков: **ваш стек готов к real–time** – Быстрые запуски или долгие расчёты: **когда спринт побеждает стратегию** – ИИ в лояльности: практики с **измеримым ROI или иллюзия прогресса**	**Модератор:** Екатерина Михайлова, **НСПК,** Head of CRM&Analytics **Спикеры:** Марина Красильникова,

	Тайминг сессии: 14:00–14:05 Приветственное слово модератора 14:05–14:20 Кейс «100 дней на перезапуск CRM». Спикер: Марина Красильникова 14:20–14:35 Выступление «Персонализация. Новые подходы в CVM». Спикер: Сергей Зотов 14:35–14:50 Кейс «Как Бургер Кинг сорвал джекпот». Спикер: Виталий Захаров 14:50–15:05 Кейс «Защитить программу лояльности за 2 недели и запустить за 2 месяца. Схема, о которой все молчат». Спикер: Арсений Уланов 15:05–15:20 Кейс: «От сегментации к синхронизации: как фиджитал-подход помогает CRM и традиционному маркетингу работать друг на друга». Спикер: Анастасия Ахмедова 15:20–15:35 Выступление «Почему автоматизация маркетинга часто проваливается и как избежать типичных ошибок при выборе инструмента автоматизации?». Спикер: Наталья Муравьева 15:35–15:50 Кейс «Фиджитал-клиент: персонализация как новый стандарт». Спикер: Анна Насекайлова 15:50–16:00 Завершение сессии, ответы на вопросы	**Аптечная сеть «Экономная аптека»,** Руководитель отдела клиентского сервиса Сергей Зотов, **Орион,** Главный управляющий директор Виталий Захаров, **Бургер Кинг Россия,** Руководитель управления лояльности и CRM Арсений Уланов, **Сервис путешествий Туту,** CRM директор Анастасия Ахмедова, **ROSTIC'S,** Руководитель отдела развития цифровых каналов продаж и программ лояльности Наталья Муравьева, **ИТ-холдинг Т1,** Директор по продуктам Модус Анна Насекайлова, **Торговая сеть «Пятёрочка»,** Директор департамента развития Персонализации
16:15–18:00	**ЛОЯЛЬНОСТЬ БЕЗ ГРАНИЦ: ЭКОСИСТЕМА ИЛИ ГОЛОВНАЯ БОЛЬ?**	
	Ключевые вопросы: – Единая программа лояльности – **рост продаж или акт каннибализма**? – Премиум-бренд в одной программе с дискаунтером – **маркетинговый успех или репутационный провал?** – Единый кешбэк для всех – **справедливость или маржинальное безумие**?	**Модератор:** Екатерина Михайлова, **НСПК,** Head of CRM&Analytics **Спикеры:**

	– Сложные правила – это **баланс интересов** бизнесов или **перекладывание ответственности** за непопулярные решения на клиента? – Единый счёт – это клиентское **удобство или концентратор рисков**? **Тайминг сессии:** 16:15–16:20 Приветственное слово модератора, представление спикеров 16:20–17:40 Панельная дискуссия. Спикеры: Дмитрий Алпацкий, Владислава Вишнякова, Евгений Галимский, Андрей Гевак, Андрей Косарев, Арсений Уланов 17:40–17:55 Кейс «Омни-потребитель: как управление клиентским путем меняет экономику ритейла» Спикеры: Екатерина Гладникова, Сергей Пацынко 17:55–18:00 Завершение дискуссии, подведение итогов	Дмитрий Алпацкий, **Inventive Retail Group,** Руководитель CRM и лояльности Владислава Вишнякова, **Лемана ПРО,** Директор по развитию лояльности и клиентского опыта Евгений Галимский, **X5,** Директор по развитию лояльности и экосистемных продуктов Андрей Гевак, **Свои Плюсы Яндекса,** CEO Андрей Косарев, **Группа ЛЕНТА,** Директор по лояльности и CRM Арсений Уланов, **Сервис путешествий Туту,** CRM директор Екатерина Гладникова, **Группа компаний «Магнит»,** Директор бизнес-формата «Магнит Плюс» Сергей Пацынко, **MAGNIT OMNI,** Руководитель управления эффективности CVM
18:00–22:00	**ВЕЧЕРИНКА CRM Leaders (закрытое мероприятие)**	**#НЕТВОРКИНГ**
	ВЕЧЕРНЕЕ МЕРОПРИЯТИЕ ОРГАНИЗОВАНО ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМПАНИИ SMS Traffic, GlowByte, Модус (ИТ-холдинг Т1)	

10:00–11:45	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#МАРКЕТИНГ** **#КОНТЕНТ** **#ЗУМЕРЫ**
	ПОКОЛЕНИЕ, КОТОРОЕ НЕЛЬЗЯ КУПИТЬ: МАРКЕТИНГ ДЛЯ «ЗУМЕРОВ» И «АЛЬФА»	
	Зумеры уже меняют правила потребления, а поколение альфа готовится переписать их заново. Это две аудитории, которые взрослеют в мире бесконечного контента, алгоритмов, персонализации и мгновенного выбора, но по-разному воспринимают бренды, рекламу и сам процесс покупки. Для них недостаточно красивой коммуникации и громких обещаний. Зумеры мгновенно распознают неискренность, выбирают через ценности, комьюнити, рекомендации и личный контакт. Альфа с детства привыкли к интерактивности, игровым механикам, цифровым персонажам и контенту, который не просто рассказывает, а вовлекает и позволяет влиять на происходящее. Они не хотят оставаться пассивными зрителями и обычными покупателями. Они хотят участвовать, создавать, выбирать правила и становиться частью культуры вокруг бренда. В этой секции поговорим с предпринимателями нового поколения и брендами, которые уже научились работать с зумерами и поколением альфа на их языке – языке скорости, искренности, контента, игры и соучастия. **Ключевые вопросы:** – **Зумеры и альфа:** где заканчивается одна аудитория и начинается другая? – Почему привычные **маркетинговые модели перестают работать** с поколениями зумеров и альфа? – Невозможно купить, но **можно завоевать:** как привлечь внимание поколений, которые не реагируют на классическую рекламу? – Искренность, развлечение или игра: **какой контент действительно вовлекает** молодую аудиторию? – Как брендам **говорить с зумерами и альфа на одном языке,** не пытаясь искусственно «молодиться»? – Кто **сильнее влияет на выбор** поколений зумеров и альфа: блогеры, друзья, родители, комьюнити или алгоритмы? – **От зрителя к соавтору:** как вовлекать молодую аудиторию в создание продуктов, коммуникаций и культуры бренда?	**Модератор:** Алена Громницкая, **Openface,** Директор по связям с общественностью **Спикеры:** Полина Терентьева, **re-feel,** Руководитель отдела продаж B2B Екатерина Ирышкова, **М.Косметик,** Руководитель управления по исследованиям и клиентскому опыту Алена Дроздова, **Дринкит,** Лидер маркетинга и клиентского опыта Иван Анисимов, **Befree,** Руководитель продвижения бренда Анастасия Любимская, **Champion,** Директор по маркетингу Ксения Дукалис, **Лимонады РЕКА,** Сооснователь

	– **Как создавать долгосрочную лояльность** в мире, где тренды, форматы и кумиры меняются быстрее маркетинговых стратегий? – Где проходит **граница между эффективным маркетингом и манипуляцией,** особенно при работе с несовершеннолетней аудиторией? – Какие бренды уже сегодня формируют отношения с поколением, которое станет **главным потребителем завтра**? **Тайминг сессии:** 10:00–10:05 Приветственное слово модератора, представление спикеров 10:05–10:20 Кейс «Экономика дофамина: как покорить поколение зумеров через кастомизацию и эмоциональный опыт». Спикер: Полина Терентьева 10:20–10:35 Кейс «Бьюти в новой логике выбора. Как М.Косметик становится частью мира зумеров и готовится к поколению альфа». Спикер: Екатерина Ирышкова 10:35–10:50 Кейс «Маркетинг для поколений альфа и зумеров – про заботу, вовлечение и лояльность». Спикер: Алена Дроздова 10:50–11:05 Кейс «Бунтарство как осознанный выбор стратегии. Опыт Befree». Спикер: Иван Анисимов 11:05–11:20 Кейс «Как поколение, которое пока не является нашим основным покупателем, уже заставило нас поменять садовую технику». Спикер: Анастасия Любимская 11:20–11:35 Кейс компании РЕКА. Спикер: Ксения Дукалис 11:35–11:45 Завершение секции, ответы на вопросы	
12:00–13:30	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#PERFORMANCE #MARKETING**
	ПЕРФОРМАНС – МАРКЕТИНГ РЕЗУЛЬТАТА	
	Массовые коммуникации уступают место гиперперсонализации. Побеждают компании, которые умеют использовать данные о клиентах для создания релевантных предложений в нужный момент. На сессии пойдет разговор о сегментации, персонализации обращений, ML-моделях, предиктивной аналитике и алгоритмах, которые помогают увеличивать конверсию, LTV и прибыль. **Ключевые вопросы:**	**Модератор:** Евгения Казакова, **Инфлюенс-маркетинг агентство Седьмое касание,** Основатель **Спикеры:** Маргарита Макжанова,

	– Эпоха массовой рекламы закончилась: **заходим на новый старт** с гиперперсонализацией! – Продавать больше без увеличения рекламного бюджета: это возможно – Где сегодня находится **главный резерв роста:** новые клиенты или существующая база? – **Это правда?** Насколько алгоритмы и предиктивные модели эффективнее человека? – Какие **рекламные технологии** уже сегодня приносят измеримую прибыль, а какие остаются хайпом? **Тайминг сессии:** 12:00–12:05 Приветственное слово модератора, представление спикеров 12:05–12:20 Кейс «От клика до чека. Как посчитать эффективность медийки?». Спикер: Маргарита Макжанова 12:20–12:35 Кейс «RFM-анализ, ML-алгоритмы и учет маржинальности в М.Видео». Спикер: Артур Аматуни 12:35–12:50 Выступление Rutube. Спикер: Артём Мурзин 12:50–13:05 Выступление «Ломаем автопилот покупателя: как реклама заставляет пересмотреть привычный выбор». Спикер: Нелли Воробьева 13:05–13:20 Кейс «GEO – видимость бренда в ответах ИИ». Спикер: Анатолий Комков 13:20–13:35 Кейс «74% заказов доходят до оплаты: как удерживать клиентов в мебельном ритейле». Спикер: Станислав Ильин	**METRO Россия,** Руководитель маркетинговых коммуникаций Артур Аматуни, **М.Видео,** Руководитель отдела программ лояльности, собственных продуктов и партнерского маркетинга Артём Мурзин, **Rutube,** Директор по развитию рекламных технологий Нелли Воробьева, **INSIGHT MEDIA,** Директор по маркетингу Анатолий Комков, **ГК Детский мир,** Руководитель отдела маркетинга электронной коммерции Станислав Ильин, **Lazurit,** Исполнительный директор по электронной коммерции
13:45–15:15	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#PERFORMANCE #MARKETING**
	АРХИТЕКТОРЫ РЫНКА: МАРКЕТИНГ ГЛАЗАМИ АГЕНТСТВ	
	Увидеть тренды трансформации раньше рынка – возможность, которая дается только вместе с широким охватом. Вот почему агентства, работающие с разными индустриями, категориями и масштабами бизнеса, «считывают» изменения быстрее, чем ритейлеры и бренды. Они наблюдают, какие стратегии перестают работать, почему одни бренды становятся заметными, а другие теряются в информационном шуме, какие идеи действительно меняют восприятие аудитории и создают	**Модераторы:** Виолетта Минина, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Партнер Евгения Казакова,

	бизнес-эффект, а какие «повисают» в коммуникационной пустоте. **Секция архитекторов рекламного рынка** – это взгляд изнутри на то, какие решения помогают брендам снова и снова находить связь с потребителем, как рождаются сильные идеи, почему одни кампании становятся культурными явлениями, а другие исчезают сразу после выхода. Сегодня количество каналов и инструментов выросло кратно и, чтобы не превратить свой маркетинг в набор несвязанных действий вместо единой системы роста, стоит прислушаться к профессионалам! **Ключевые вопросы:** – Почему многие бренды увеличивают инвестиции в маркетинг, но получают **меньше внимания и влияния?** – **Что сегодня отличает бренды**, которые растут, от тех, кто теряет связь с аудиторией? – Когда **креатив** становится конкурентным преимуществом и как идеи превращаются в бизнес-результат? – Какие **ошибки** чаще всего совершают компании, когда пытаются решить маркетинговые задачи только инструментами и каналами? – **Как меняется роль маркетинга:** от управления коммуникациями к созданию долгосрочной ценности бренда **Тайминг сессии:** 13:45–13:50 Приветственное слово модератора, представление спикеров 13:50–15:00 Дискуссия агентств. Спикеры: Ольга Барская, Дарья Куркина, Анастасия Назарова, Юрий Панов, Юлия Удовенко, Андрей Чуваев 15:00–15:15 Завершении дискуссии, ответы на вопросы	**Инфлюенс-маркетинг агентство Седьмое касание,** Основатель **Спикеры:** Ольга Барская, **ГК OMD,** Вице-президент по развитию Дарья Куркина, **Okkam,** Главный операционный директор Анастасия Назарова, **Commeta by Media Instinct Group,** Управляющий директор Юрий Панов, **Группа компаний Родная Речь,** Вице-президент по трансформации Юлия Удовенко, **Группа RW+,** Управляющий директор по стратегии и продукту Андрей Чуваев, **ADV Group,** Генеральный директор
15:30–18:00	**ЗАЛ ДИСКУССИИ**	**#INFLUENCE** **#КОНТЕНТ** **#БРЕНД**
	ИНФЛЮЕНС И КОНТЕНТ	
	Потребление контента растёт быстрее рекламных бюджетов. Блогеры стали инфраструктурой доверия, а контент – производственной функцией бизнеса. Как строить системы	**Модератор:** Евгения Казакова,

	постоянного присутствия в медиа, запускать контент-заводы, работать с авторами и создавать устойчивое внимание к бренду вместо разовых рекламных всплесков? **Ключевые вопросы:** – Почему контент перестал быть маркетинговой функцией и стал производственной? – **Как изменилось потребление контента** и почему брендам приходится производить его всё больше? – Где проходит граница между **рекламой и рекомендацией**? – Почему рынок движется в сторону непрерывной, постоянно работающей **контент-стратегии** (always-on) вместо разовых интеграций? – Что будет с **конкурентным преимуществом бренда** в мире, где контент создают все? – **Пользовательский контент** (UGC) и создание контента от сотрудников бренда (ECG): преимущества каждого варианта **Тайминг секции:** 15:30–15:45 Кейс «Актуальные форматы работы с блогерами и тренды инфлюенс-маркетинга 2027». Спикер: Полина Терешина 15:45–16:00 Выступление «Как найти своих покупателей среди подписчиков блогеров: от пересечения аудиторий до оценки LTV». Спикер: Ольга Буркина 16:00–16:15 Кейс «М.Косметик: от контента к системному подходу привлечения внимания и конверсии». Спикер: Марина Кирсанова 16:15–16:30 Кейс Гельтек и женской сборной по киберспорту. Спикер: Михаил Пименов 16:30–16:45 Кейс «Продвижение продуктов через канал нативного контента (блоггеров). От разовых охватов к управляемой performance- экосистеме креаторов». Спикер: Кирилл Асташкин 16:45–17:00 Кейс «Оценка эффективности инфлюенса». Спикер: Марина Корябина 17:00–17:15 Кейс «Как вывести новинку на маркетплейс и вырастить узнаваемость через инфлюенс-маркетинг». Спикер: Юлия Измайлова 17:15–17:30 Кейс «Инхаус контент-завод: как превратить регулярный контент в самый эффективный канал продаж». Спикер: Сергей Игнатьев	**Инфлюенс-маркетинг агентство Седьмое касание,** Основатель **Спикеры:** Полина Терешина, **Openface,** Директор по маркетингу Ольга Буркина, **WholsBlogger,** Аккаунт директор Марина Кирсанова, **М.Косметик,** Руководитель по развитию бренда и коммуникациям Михаил Пименов, **Geltek Cyber Team,** Руководитель PR и медиакоммуникаций Кирилл Асташкин, **Happyland,** Директор по маркетингу Марина Корябина, **La Vivion,** Руководитель направления привлечения клиентов Юлия Измайлова, **Protein Rex,** Руководитель направления инфлюенс-маркетинга и социальных медиа Сергей Игнатьев, **Wowee,** Основатель Александра Терентьева,

	17:30–17:45 Кейс «Корпоративные блоги: зачем нужны бизнесу и подписчикам?». Спикер: Александра Терентьева 17:45–18:00 Кейс «Ситуативный маркетинг: как один комментарий привлек сотни тысяч новых покупателей». Спикер: Екатерина Семерня	**Северсталь,** Замдиректора по коммуникациям и связям с инвесторами Екатерина Семерня, **ГК Белевская пастильная мануфактура,** Управляющий директор
10:00–13:00	**ЗАЛ ИДЕИ**	**#МАРКЕТИНГ** **#ЭКОНОМИКА ВНИМАНИЯ**
	МАРКЕТИНГ (MARKETING DAY)	
10:00–11:30	**ОТ ЭКОНОМИКИ ВНИМАНИЯ К ЭКОНОМИКЕ ДОВЕРИЯ**	
	Маркетинг переживает **самую большую трансформацию** за последние десятилетия. В мире, где человек ежедневно сталкивается с тысячами рекламных сообщений, внимание перестало быть дефицитом – дефицитом стало **доверие и способность повлиять на выбор** в нужный момент. Еще недавно бренды конкурировали за яркие впечатления, эмоции и запоминающиеся кампании. Сегодня этого уже недостаточно. Побеждают те, кто лучше понимает своего покупателя, умеет встроиться в его повседневную жизнь и создавать **систему взаимосвязанных касаний, которые формируют долгосрочную лояльность**. При этом цена каждого контакта продолжает расти, а эффективность привычных маркетинговых инвестиций снижается. Перед производителями и ритейлерами встают новые вопросы: как удерживать внимание аудитории, как создавать дополнительную ценность без бесконечного увеличения бюджетов и какие модели сотрудничества способны обеспечить рост в новой реальности. Дискуссионная панель посвящена маркетингу будущего: **экономике доверия,** новым подходам к оценке эффективности, стратегическим коллаборациям между брендами и ритейлом, совместным продуктам и партнёрствам, которые превращают конкуренцию за клиента в создание общей ценности для него.	**Модераторы:** Анна Шалаева, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Программный директор Елена Алексеева, **Familia,** Исполнительный директор по развитию, маркетингу и трансформации **Спикеры:** Анна Грибова, **Лемана ПРО,** Операционный директор по маркетингу Мария Давыдова, **Cozy Home,** Директор по стратегическому маркетингу Анна Журавская, **MIXIT,**

	Ключевые вопросы: – Как интегрировать маркетинг в **повседневную реальность** покупателя, чтобы это воспринималось как забота, а не как вторжение? – **Доверие потребителя как длинная стратегия бренда:** действующие в новой реальности способы его формирования – Как измерить **«капитал доверия»** и конвертировать его в финансовые показатели? – **Где проходит грань** между стратегическим партнёрством бренда и ритейла и потерей идентичности каждой из сторон? – Как перейти от модели «поставщик – площадка» к модели «соинвесторы в лояльность и доверие общего клиента» и **справедливо разделить риски?** – Что должно измениться в структуре маркетинговых функций для создания связанных **систем взаимодействия с потребителем** вместо разрозненных кампаний? **Тайминг сессии:** 10:00–10:05 Приветственное слово модератора, представление участников дискуссии 10:05–10:45 Дискуссия сессии. Спикеры: Анна Грибова, Мария Давыдова, Анна Журавская, Наталья Кузьмина, Ольга Прокина, Марина Филиппова 10:45–11:00 Выступление «Таблетка от всех болезней? ИИ в e-commerce: от помощника покупателя к новому каналу продаж». Спикер: Анастасия Назарова 11:00–11:30 Завершение дискуссии, ответы на вопросы	Коммерческий директор офлайн Наталья Кузьмина, **Novabev Group,** Директор по ритейл-маркетингу Ольга Прокина, **Арнест ЮниРусь,** Директор по маркетингу и лидер бизнес-группы Личная гигиена Марина Филиппова, **Divan.ru,** Директор по маркетингу Анастасия Назарова, **Commeta by Media Instinct Group,** Управляющий директор
11:45–13:00	**ЦЕНА КОНТАКТА**	
	Во что сегодня на самом деле обходится **присутствие бренда в ритейле?** Раньше было достаточно попасть на полку магазина или витрину маркетплейса. Сегодня – нет. Покупателя окружают сотни брендов, десятки промоакций, рекомендательные системы, AI-витрины, цифровые экраны, программы лояльности и собственные торговые марки. В этой среде бренды конкурируют не только друг с другом, но и за **доли секунды человеческого внимания.** Поэтому главный вопрос для маркетолога меняется: сколько стоит не размещение на полке, а **реальный контакт с покупателем**?	**Модератор:** Екатерина Власова, **PresiDENT,** Директор по маркетингу **Спикеры:** Надежда Львова, **Magic Stories, ГК Черноголовка**

	Ключевые вопросы: – Как **изменилась стоимость внимания** в офлайн- и онлайн-ритейле – Во сколько производителю обходится один **осознанный контакт** с потребителем на полке с учётом листинга, трейд-маркетинга, промо, медиа-инвестиций и скидок – Почему значительная часть инвестиций бренда «растворяется» в **перегруженной коммуникационной среде** магазина и маркетплейса – Как платформы и ритейлеры **перераспределяют внимание покупателей** с помощью собственных медиа, программ лояльности, цифровых инструментов и выкладки – Какие **инвестиции во внимание** действительно влияют на выбор в момент покупки, а какие лишь создают иллюзию присутствия – **Как оценивать эффективность вложений** не по количеству показов или размещений, а по способности сформировать выбор и увеличить продажи – Какие новые **модели сотрудничества** между брендом и ритейлером, брендом и маркетплейсом позволяют не просто покупать внимание, а совместно создавать ценность и повышать отдачу от маркетинговых инвестиций **Тайминг сессии:** 11:45–12:00 Кейс «Нулевой контакт – самая дорогая секунда в жизни бренда». Спикер: Надежда Львова 12:00–12:15 Кейс «Какие инвестиции во внимание действительно влияют на выбор в момент покупки, а какие лишь создают иллюзию присутствия». Спикер: Екатерина Рыжова 12:15–12:30 Выступление. Спикер: Дмитрий Ларин 12:30–12:45 Кейс «Больше, чем показы: как реклама формирует выбор и растит продажи». Спикер: Юрий Хабибулин 12:45–13:00 Кейс «Теория игр как инструмент оценки пожизненной ценности клиента». Спикер: Максим Антонов	Директор по маркетингу новых проектов Екатерина Рыжова, **ТПХ Русклимат,** Директор по коммерческому маркетингу Дмитрий Ларин, **Okkam,** Директор по трейд-маркетингу Юрий Хабибулин, **Лемана ПРО,** Руководитель по новым форматам монетизации Максим Антонов, **АвтоГЕРМЕС,** Генеральный директор
13:15–15:00	**КОЛЛАБОРАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ РОСТА**	
	Если **доверие покупателя** становится самым дорогим ресурсом, что эффективнее – продолжать покупать его через	**Модератор:**

	рекламу и привлечение внимания, или создавать совместную ценность через партнёрства, которые делают бренд частью повседневной жизни потребителя? **Ключевые вопросы:** – Как коллаборации **становятся альтернативой** постоянному росту рекламных бюджетов? – Почему совместные проекты способны создавать больше **маркетинговой ценности,** чем изолированные кампании каждого участника? – Как производителю и ритейлеру **объединять свои ресурсы,** чтобы усиливать влияние на покупателя в момент выбора? – Какие **форматы партнёрств** работают лучше всего: эксклюзивные продукты, совместные промо, программы лояльности, интеграция сервисов или торговые механики? – Как использовать **коллаборации для тестирования инноваций** и быстрого вывода новых продуктов на рынок? – Где проходит граница между краткосрочной акцией и долгосрочным стратегическим партнёрством? – Какие показатели действительно измеряют **успех коллаборации:** продажи, рост категории, лояльность, частота покупок или пожизненная ценность клиента? – Как превратить ритейл и маркетплейсы из канала дистрибуции в полноценного **маркетингового партнёра** бренда? **Тайминг сессии:** 13:15–13:30 Кейс 585 Золотой и компании Перекресток. Спикеры: Станислав Колосков, Юлия Сошникова 13:30–13:45 Кейс «Усиление смыслов: концептуальные коллаборации помогают бьюти-бренду стать частью lifestyle». Спикер: Мария Лето 13:45–14:00 Выступление «Экосистема коллабораций с медиа брендами. Как ритейл и студия Рики создают эмоциональный отклик у аудиторий». Спикер: Майя Москвичева 14:00–14:15 Кейс «Как синергия гостеприимства и заботы трансформируют ужин в пожизненную лояльность». Спикеры: Елена Крупина, Елена Попова 14:15–14:30 Кейс «Создание совместной ценности производителя алкоголя и ритейлера через запуск экосистемы для новой ниши ЦА». Спикер: Анна Зотова 14:30–14:45 Кейс Магнат и Mates. Спикер: Полина Белова	Анна Шалаева, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Программный директор **Спикеры:** Станислав Колосков, **Федеральная ювелирная сеть «585 ЗОЛОТОЙ»,** Директор по маркетингу Юлия Сошникова, **ТД Перекресток,** Ведущий менеджер по связям с общественностью и лидерами мнений Мария Лето, **Vivienne Sabó Skincare,** Старший PR-менеджер Майя Москвичева, **ГК Рики,** Генеральный директор Мармелад Медиа Елена Крупина, **Валта Пет Продактс,** Директор по маркетингу Елена Попова, **Vasilchuki Restaurant Group,** Руководитель корпоративных коммуникаций Анна Зотова, **Novabev Group,** Старший бренд-менеджер Полина Белова, **Арнест ЮниРусь,**

	14:45–15:00 Кейс «Коллаборация Азбуки вкуса и Алены Ахмадулиной. Как создать новый гастрономический опыт через культурный код». Спикер: Александра Навольская	Старший менеджер по спец. проектам и PR Александра Навольская, **Азбука вкуса,** Директор по операционному маркетингу
15:15–18:00	**ЗАЛ ИДЕИ**	**#AI #ИИ-СТУДИЯ**
	ИИ (AI) СТУДИЯ: СКВОЗНАЯ ИИ СТРАТЕГИЯ В РИТЕЙЛЕ И НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ	
	Ключевые вопросы: – **ИИ «под капотом»** клиентских процессов – **ИИ-гид по магазину:** от навигации до персонализированных предложений в реальном времени – **Цифровые двойники бренда:** создание ИИ-амбассадора для омниканальной розницы. Технические и маркетинговые вызовы – **Динамическое ценообразование и персонализация предложений:** этика, регуляторы и бизнес-результат – **ИИ-стилист**: как новые технологии повышают конверсию и снижают возвраты – Как внедрение в ключевые процессы разработки товаров **ИИ технологий и уникального функционала** помогает выделиться на рынке – **Умное зрение** для работы с товаром и в клиентских процессах – **Парадокс «умных» предложений**: когда избыток ИИ убивает потребительскую ценность **Тайминг сессии:** 15:15–15:30 Кейс «Как ИИ-аватары и автоматизация маркетинга превращают контент в инструмент продаж». Спикер: Мария Крылова 15:30–15:45 Кейс «Динамическая персонализация ценовых офферов для клиента». Спикер: Максим Ефремов 15:45–16:00 Выступление «Клиенты уже всё рассказали: как с помощью ИИ выявить скрытые сигналы в обращениях и превратить их в выручку». Спикер: Валерия Учайкина 16:00–16:15 Кейс «От карты событий клиента к триггерной модели». Спикер: Ольга Балицкая	**Модераторы:** Василий Жилов, **BSS,** Заместитель генерального директора Раиса Панченко, **Платформа Ритейл. Технологии. Нетворкинг (Retail TECH Net),** Программный директор **Спикеры:** Мария Крылова, **11i Professional,** Руководитель отдела продаж Максим Ефремов, **Спортмастер,** Руководитель продуктов Валерия Учайкина, **BSS,** Руководитель направления по развитию голосовых цифровых технологий Ольга Балицкая, **ГК РОЛЬФ,** Директор по цифровой трансформации

	16:15–16:30 Кейс «Примерь будущее! Умные примерочные как новый шаг навстречу покупателю». Спикер: Евгения Гура 16:30–16:45 Кейс «Openface: LLM как новый вход для пользователя (на примере сервиса онлайн-диагностики кожи)». Спикер: Кристина Фарберова 16:50–17:05 Выступление «Отзывы, вопросы и чаты как часть воронки продаж: как автоматизация коммуникаций влияет на конверсию и рейтинг магазина». Спикер: Александр Денисенко 17:05–17:20 Кейс «Сортировка сырья с помощью умного зрения». Спикер: Владислав Сарнацкий 17:20–17:35 Кейс «Как ИИ помогает состыковать аналитику сайта с сегментами аудитории». Спикер: Дмитрий Батулин 17:35–17:45 Завершение секции, ответы на вопросы		Евгения Гура, **SELA,** Директор по маркетингу Кристина Фарберова, **Openface,** Сооснователь, Генеральный директор Александр Денисенко, **Септем Решение,** Основатель компании Владислав Сарнацкий, **Восток-Запад,** Директор по информационным технологиям Дмитрий Батулин, **Дизайнерская мебель Лавсит**, Директор цифрового продукта
		СЕКЦИЯ ОРГАНИЗОВАНА ПРИ ПОДДЕРЖКЕ КОМПАНИИ BSS	