

ТРЕТЬЯ ВСЕРОССИЙСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ ПРОДАВЦОВ РЕКЛАМЫ

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ










По состоянию на 01 февраля 2012 года

Москва, 24 марта 2012 года

ВРЕМЯ	«ПЕРВЫЙ ЗАЛ»	«ВТОРОЙ ЗАЛ»	«ТРЕТИЙ ЗАЛ»	«ЧЕТВЕРТЫЙ ЗАЛ»	«ХОЛЛ»
10:00	Приветственный кофе и регистрация участников				
11:00	«Что на самом деле хотят рекламодатели?» Роман Пивоваров	«Автоматизация продаж рекламы: как создать колл-центр с нуля?» Аслан Батырбеков	«7 главных факторов роста продаж рекламы» Александр Белгороков	«Как рекламному агентству продвигать себя в интернете и социальных сетях?» Денис Баталин	Кофе, общение, встречи, споры, курилка
11:30	«Корпоративная культура: как найти в ней скрытые ресурсы для продаж?» Оксана Зайнуллина		«Коучинг как инструмент управления и мотивации» Илья Шмелев		
12:00		«Главные ресурсы роста ваших личных продаж» Олег Белый		«Как преодолеть эмоциональное выгорание при однообразной работе?» Сергей Базаров	
12:30	«Как «отбить» клиента у конкурента? Честные и «почти» честные способы конкурентной борьбы в продажах рекламы» Оксана Ачкасова	«25 способов утепления рекламодателей» Александр Белгороков	«Три вектора роста продаж и 50 конкретных способов» Роман Пивоваров		
13:00					

13:30	Мини-ланч				
14:00	«Как «зажечь» продавцов?» Оксана Ачкасова	«Построение механизма самомотивации в компании» Илья Шмелев	«Как получить от сотрудников максимум — и без денег?» Анна Петриченко	«Зачем ваши сотрудники работают?» Типы мотивации персонала» Виктория Шухат	Кофе, общение, встречи, споры, курилка
14:30		«Как выбрать тренинг для вашего отдела продаж?» Оскар Ахметзянов	«Зачем, чему и как обучать отдел продаж?» Оксана Зайнуллина		
15:00	«Редакция и реклама: фишки для бизнеса в печатных СМИ» Николай Терещенко	«Как и зачем рекламному агентству и медианосителю заниматься собственным промо?» Андрей Воронцов	«Тотальный тренинг: 5 простых советов по внедрению изменений в вашей системе продаж рекламного агентства» Вячеслав Черепяхин	Спикер согласовывается	
15:30					

Темы и жанры презентаций конференции

	Стратегия продаж рекламы
	Тактические инструменты продаж
	Умения и навыки продавца рекламы
	Экспериментальные темы
	Кейс-стади, примеры, best practices
	Вопросы мотивации в продажах рекламы
	Вопросы обучения, самообучения и оценки продавцов рекламы
	Прогнозы и тренды развития рекламных рынков
	Самый увлекательный и непринужденный жанр презентаций 😊

16:00	Перерыв				
16:30	«Как стать «непробиваемым» продавцом и помочь стать таковым своим коллегам?» Сергей Базаров	«Как сделать рекламодателю больно и заработать на этом?» Александр Белгороков	«Настоящий мужской путь в продажах рекламы и рекламном бизнесе» Олег Белый	«Смелые продажи» Роман Пивоваров	Кофе, общение, встречи, споры, курилка
17:00		«Как сделать клиенту предложение, от которого он не сможет отказаться?» Оксана Ачкасова		«Как сделать клиента своим преданным сторонником — техники формирования лояльности?» Виктория Шухат	
17:30	«Алхимия убеждения в продажах рекламы» Олег Белый	«И снова про работу с возражениями рекламодателей...» Анна Петриченко	«Формулы характеров или как продавцу рекламы понять истинные намерения рекламодателя?» Игорь Нежданов	«Где собака зарыта... Почему клиент возражает и как этого избежать?» Оксана Ачкасова	
18:00	«Что мы НА САМОМ ДЕЛЕ говорим клиенту? Секреты невербальной коммуникации продавца рекламы» Александр Белгороков	«Как продавцу рекламы заработать, помогая своим клиентам продавать: 5 историй со счастливым концом» Алексей Глубоков	«Неблагодарное дело: Горячая десятка прогнозов развития рекламного рынка на 2012—2014» Александр Белгороков	«Тренды рынка интернет-рекламы: куда мы движемся?» Денис Баталин	
18:30	«Рекламные продажи будущего» Роман Пивоваров	«Системы продаж в XXI веке» Аслан Батырбеков			
19:00	Завершение формальной части конференции и плавный, но неукоснительный переход в неформальную				

Несколько коротких советов

18 разных спикеров, 28 часов общего времени конференции в течение одного дня, 38 презентаций и мини-лекций — тут легко запутаться. Тем более, что все это будет одновременно происходить в четырех параллелях, а разорваться невозможно. Вот несколько простых советов, как получим максимум от конференции ADCONSULT.

1. **Ориентируйтесь по «цветовому табло».** На второй странице этой программы вы уже видели перечень жанров и общих тем всех презентаций конференции и соответствующие им цвета. Выбирайте то, что вам интереснее и ближе.
2. **Не ориентируйтесь по «цветовому табло».** То есть, сходите на все жанры презентаций, даже на те, которые, казалось бы, вас не касаются. Если вы продавец, заскочите на темы для коммерческих директоров. Если вы коммерческий директор — заскочите на темы для продавцов. Ну, и так далее.
3. **Не жалеете о пропущенном.** Никогда невозможно ухватить все. Это нормально. Что-то вы увидите и услышите, а что-то нет. В результате, у каждого участника получится какая-то своя, уникальная и существующая только для него конференция. :-)
4. **Возьмите диск с записью.** Во всех залах будет вестись видеозапись. Через несколько дней мы ее обработаем и получим 38 видеолекций экспертов конференции. Мы запишем эти 28 часов видео на диски и отправим его всем тем, кто оставит заявку на стойке регистрации. Запись будет платной, но это будут небольшие деньги.
5. **Передумали — не стесняйтесь.** У вас нет никаких обязательств перед экспертом дослушивать его презентацию до конца. Если неинтересно, или если начинается другая сессия, которая вам важнее — смело вставайте и без всяких комментариев просто переходите туда, куда хотите. Все эксперты об этом знают, все предупреждены и никто не будет воспринимать это как невежливость или неуважение.
6. **Приезжайте с коллегами.** Опыт прошлых конференций показывает, что логично приезжать вдвоем-втроем-вчетвером, чтобы «разбрестись» по разным залам, послушать разных экспертов и потом вечером или на следующий день обмениваться впечатлениями и мыслями.
7. **Главное — ваше.** Действительно, это так: важнее не столь те вещи, о которых будут довольно быстро рассказывать эксперты, а скорее то, что будет приходить вам в голову по поводу вашей ситуации и вашей компании. Мы подготовили 38 «блиц-презентаций» и очень надеемся, что эти «импульсы» подскажут вам что-нибудь полезное именно в вашем случае.