

Конференция IPSA Brand & Business: тренды в рекламе и промо, и как продвигать бренды?

Москва, 20 сентября 2017

Пресс-релиз

5-6 сентября в Москве, МВЦ «Крокус Экспо» в рамках 32-й международной выставки промоиндустрии IPSA состоялась конференция маркетинга и промобизнеса **IPSA Brand & Business**, на которой встретились маркетологи, рг- и бренд-менеджеры, специалисты по маркетинговым закупкам и АХО, рекламные агентства, производители промопродукции, чтобы обсудить передовой опыт в промо и рекламе.

IPSA Brand & Business – двухдневное событие, на 100% посвященное теме промо и реклама, где рождаются тренды создания креатива и брендинга, продвижения и мерчандайзинга, и выстраиваются стратегии развития промобизнеса.

Мероприятие посетило **162** специалиста рекламной индустрии, среди которых управляющие, креативные директора и стратеги рекламных агентств, директора по маркетингу, руководители отделов маркетинга и брендинга, рг-специалисты.

42 спикера рассказали о приёмах построения платформы бренда и бренд – коммуникаций, о трендах в дизайне, брендинге и Digital, как создать "wow" эффект и превратить идею в бренд, как думать на языке потребителя и монетизировать блогеров, как создавать сообщество лояльных клиентов вокруг бренда и управлять репутацией.

В 1й ДЕНЬ (05.09) 'BUSINESS' выступили эксперты-производители подарков и сувениров и крупнейшие их заказчики (Сбербанк, СТС Медиа, и др), которые обсудили в формате живых дискуссий острые вопросы, касающиеся работы с крупными заказами, вопросы оплаты заказов, участия в тендерах, критериев выбора поставщиков, защиты интеллектуальной собственности и многое другое.

Круглый стол **«Клиент – Агентство – Поставщик»** объединил 3 типа участников промосувенирного бизнеса - поставщик, агентство, заказчик, которые обсудили вопросы развития промобизнеса и выстраивания долгосрочных отношений с заказчиками, организации тендеров и управления закупками, выбора подарков и сувениров.

Руководители корпоративных сувенирных магазинов, лицензиары и лицензиаты в рамках **Круглого стола «Монетизация бренда»** - обсудили темы организации и функционирования сувенирных магазинов для поддержки и монетизации бренда.

На **Круглом столе «Интеллектуальная собственность - фундаментом промоиндустрии»** эксперты-практики рассказали о том, как защитить креативность в промоиндустрии и её коммерциализировать?

В рамках дискуссии **«Тренды в промоиндустрии от Российского производителя»** представители ассоциации МАПП обсудили состояние рынка промосувенирной продукции и передовые тренды в категориях: новогодние подарки, массовые промотовары, VIP сувениры, спортивная атрибутика, наградная продукция, упаковка, сувениры для геобрендинга и туризма и пр.

2-Й ДЕНЬ (06.09) 'BRAND' был посвящен стратегиям и инструмента создания и продвижения брендов, BTL-коммуникациям и промо.

Вова Лифанов, креативный директор брендингового агентства "Супрематика" рассказал о том, как с помощью упаковки сделать подарок по-настоящему особенным: "К сожалению, корпоративный подарок ассоциируется у большинства людей с очень нужными и совершенно незаменимыми для работы календарями, ежедневниками и даже визитницами с логотипом любимого клиента. И после получения сразу находят свое место в корзине или дальнем углу рабочего стола. Что не может не расстраивать, ведь корпоративный подарок может быть чертовски интересным и увлекательным".



Андрей Горнов, генеральный директор Getbrand, член Совета АБКР, дал мастер-класс для делегатов конференции по целеполаганию креативному агентству.

"Как поставить задачу креативному агентству и получить ожидаемый результат" - этого желают многие, говорит Андрей Горнов. "Время - самая дорогая валюта современности".

Проблема: в большинстве случаев Клиенты не могут прогнозировать результат при работе с креативными агентствами. Для них эта деятельность непонятна, таинственна и непонятно как ей управлять. Ни у кого нет четких инструкций как ставить задачу, как объяснить что нужно делать. Некоторые полагаются на вкус агентства, некоторые пишут чрезмерные инструкции. И те и другие часто получают разочарованный результат. Теперь не нужно писать длиннющие мозговыносящие брифы. Все, что на самом деле нужно агентству может уложиться на одном листе А4 формата и будет содержать максимум информации для обеих сторон - понятным для агентства, чтобы они могли сделать свою работу, и понятным самому клиенту, чтобы он мог адекватно и конструктивно оценить работу агентства.

Алексей Царегородцев, генеральный директор компании REALPRO Branding & Consulting, член Совета АБКР выступил с темой: "Почему 90% рекламных кампаний, которые будут запущены в ближайший год закончатся провалом?".

Выступление **Майи Арутюнян, директора проектов Brandson Branding Agency (Total Identity Group)** затронуло тему brand experience – проектирования опыта взаимодействия потребителя и бренда.

Современный брендинг становится первопроходцем в области оказания услуг с высоким содержанием знания, требующих высоквалифицированного креативного труда. Естественно, и раньше существовали консультанты, предоставлявшие отчёты по



самым разнообразным запросам рынка, но именно сейчас креативная составляющая не только находится в тесной связке с бизнес-процессами, но и непосредственно влияет на них. Более взвешенная оценка значимости человеческого фактора, то есть внутреннего мира каждого индивида во всей совокупности его связей, приводит нас к совершенно новому пониманию механизмов покупательского поведения, не базирующегося на бихевиористских постулатах. Потребитель перестал быть просто «чёрным ящиком» с механической реакцией на стимулы – отныне тонкие материи ума играют важную роль в понимании целевых аудиторий, а программирование поведения со стороны компаний стало неувимым и на порядок более действенным.

«В какой-то момент абстрактные ценности, которые раньше были небольшим приложением к красивой айдентике и слогану, стали основой для плодотворной коммуникации бизнеса с рынком. Возник большой вопрос, каким образом мы можем превратить идею в бренд? Как транслировать оттенки смысла на уровне чувств и эмоций?» - отмечает Майя Арутюнян.

Здесь на помощь брендбилдерам пришла не только теория искусства, уже давно исследующая схожие вопросы, но и новейшие знания из области нейрофизиологии. На пересечении этих областей находится креативная стратегия – набор рекомендаций по воздействию на потребителя при помощи образов и ощущений. Любой контакт человека с брендом оставляет отпечаток на его душе. Это подобно путешествию по незнакомой стране, где каждый встреченный попутчик, каждое новое блюдо местной кухни, и даже погода, влияют на то, какие воспоминания останутся в вашей голове. Без сомнения, подобные задачи комплексного, омниканального проектирования бренда составляют высший уровень мастерства, поскольку требуют редкого сочетания рационального и интуитивного подходов.

Много раз все слышали назойливый вопрос — Что такое бренд? Как понять какой бренд сильный, а какой слабый?

Артем Маслов, управляющий партнер Cléver Branding, показал простой и понятный подход для экспресс-аудирования бренда, на примере кейса Маша и Медведь.

Оценивать бренд можно по 3 критериям:

- известность
- материальная ценности
- ментальные ценности



В случае с известными брендами очень много информации можно найти в открытых источниках и построить гипотезу относительно силы любого бренда.

Мероприятие прошло при поддержке **Ассоциации Брендинговых Компаний России (АБКР)**, **Международной Ассоциации Презентационной Продукции (МАПП)**, **Ассоциации Коммуникационных Агентств России**, **Ассоциации Маркетинга в Ритейле POPAI Россия**.



Организатор: Reed Exhibitions



*** конец релиза***

Контакты для прессы:

Маргарита Мальцева, Менеджер по внешним связям, +7 (495) 937 68 61 (168), +7 (926) 217 34 29.

Информация об организаторе:

Reed Exhibitions – мировой лидер в организации выставочных и конгрессных проектов B2B и B2C направленности в 43 секторах экономики. Ежегодно в 30 странах проходят более 500 выставок, организованных командой Reed Exhibitions - свыше 3700 сотрудников в 41 офисе. Уникальная сеть офисов международных продаж обеспечивает поддержку компаний на основных экспортных рынках.