

14 октября 2022

---

## Дискуссионная сессия 1. Все в Интернет!.. Или обратно в ТВ?

В фокусе обсуждения

- Экосистемы распространения контента. Альянс ТВ и интернета для построения эффективного бизнеса для потребителя и рекламодателя.
  - Построение новых моделей дистрибуции контента в интернете в новых ограничениях.
  - Миграция ТВ-контента в интернет: адаптация, монетизация, стратегии развития, KPI. Может ли быть обратная миграция и как сделать ее эффективной?
  - Гибридные форматы рекламных кампаний. Как сделать качественный продукт для рекламодателей и потребителей: опыт крупных холдингов и небольших медиа.
- 

## Дискуссионная сессия 2. Спорт как бизнес. Контент, просмотры, новые направления

В фокусе обсуждения

- Как меняется интерес к спортивному контенту в России и мире?
  - Перспективы, новые направления и монетизация.
  - Трансляции спортивных мероприятий в разных средах. На что делают ставку и что развивают?
  - Спортивный контент vs профессиональный спорт. За кем победа?
  - Трансляции, киберспорт, гейминг: ценность для холдингов, потребителей и рекламодателей.
  - Новые направления в спорте, продвижение, распространение. Как привлечь молодую аудиторию и с помощью кого (блогеры, лиги, киберспорт, гейминг и т. д.)?
- 

## Дискуссионная сессия 3. Корпоративное СМИ: качество или «прошлый век»?

В фокусе обсуждения

- Корпоративное СМИ: выживет ли этот вид распространения информации среди гигантов-рекламодателей?
  - Зачем данный ресурс современной компании? KPI, стратегии и монетизация.
  - Как сделать корпоративное СМИ интересным для клиентов?
  - Медиаресурс для клиентов как новый вид корпоративного издания. Насколько окупаемы вложения и гарантирован результат? Полная окупаемость – миф или реальность?
- 

## Дискуссионная сессия 4. Изменение рынка рекламы. Сага

В фокусе обсуждения

- Отступить некуда. Как холдинги и издательства выстраивают свой бизнес?
- На что в текущих условиях ставят рекламодатели?
- Построение в медиабизнесе новых цепочек сотрудничества с рекламодателями. К кому бежать и где находить новых партнеров и рынки?
- Новые площадки для рекламы бренда. Вкладывать в них или подождать их грандиозного старта?
- Как построить рекламу в социальных сетях в новых условиях?
- Блогеры, амбассадоры и интернет-знаменитости. Как изменился их вклад в продвижении бренда?