

ПРОГРАММА

предварительная

Mobile CONTENT «Мир мобильного контента - 2006»

21 - 22 июня 2006 года, Отель «РЕНЕССАНС», Москва

В программе возможны изменения, дополнения и уточнения.
Для получения точной информации о выступлениях просим Вас обращаться в Оргкомитет

Первый день – 21 июня

Регистрация делегатов и welcome кофе

Открытие Форума, приветственные слова Организаторов и Спонсоров

Председатель дня Оксана Панкратова, Старший консультант, аналитическое агентство IKS-Consulting

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ МОБИЛЬНОГО КОНТЕНТА

Ключевой доклад

«Российский рынок как часть общемирового рынка мобильного контента»

Оксана Панкратова, Старший консультант, аналитическое агентство IKS-Consulting

- Обзор рынка мобильного контента в мире
- Обзор российского рынка контент-услуг
- Уроки зарубежных стран: что нужно учесть России
- Тенденции развития рынка контент услуг в мире и России
- Прогноз развития



Панельная дискуссия

«Тенденции развития индустрии мобильного контента в СНГ»

Модератор: Оксана Панкратова, IKS-Consulting

- Обзор рынка России и других стран СНГ
- Итоги-2005. Успехи и разочарования
- Извлеченные уроки и новый виток развития
- Инвестиционная привлекательность и капитализация бизнеса
- Особенности рынков СНГ
- Стратегии операторов и контент-провайдеров
- Местные игроки. Экспансия российских контент-провайдеров
- Планы зарубежных компаний
- Перспективы 2006-2007

К участию в дискуссии приглашены:

Валерий Новик, Департамент по развитию продуктов и услуг, **Мобильные ТелеСистемы**

Роман Саввин, Киевстар, (Украина)

Андрей Колотов, КаР-Тел

Андрей Савельев, Руководитель отдела по развитию бизнеса и работе с партнерами, **Никита**

Вадим Шилов, **Мобильные ответы**, (Россия)

Павел Бодзинский, **SPN Digital**, (Россия)

Кирилл Шрамко, Генеральный директор, **Инфон**

Игорь Шрайбман, Генеральный директор, **JUMP** (Украина)

Роман Шахрай, **Информ-Мобил** (Украина)

Артем Яхонтов, **Mobileview AG**

Ключевой доклад

«Как сделать мобильный контент продаваемым?»

Виталий Козлов, Руководитель отдела продвижения, Никита

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ КОНТЕНТ-ПРОВАЙДЕРОВ И ОПЕРАТОРОВ СВЯЗИ

Ключевой доклад

«OFF PORTAL Стратегия»

Винсент Роджер (VINCENT Roger), CEO, Mobibase

Автор книги «Multimedia Mobile Marketing»

Case study: Gallery (Франция); Overture и Motion Bridge (Великобритания)

Огромное количество контент и сервис провайдеров «стучатся в двери» операторов связи, но дверь для них по-прежнему закрыта. В некоторых странах была разработана и внедрена стратегия «взлетной палубы», которая помогла решить эту проблему тысячам контент-провайдеров, сделав их «заметными» для операторов связи. Все участники рынка выиграли от применения этой стратегии и достигли увеличения доли рынка и услуг. Фактически это стало толчком для продвижения новых сервисов и операторских порталов. Правильная стратегия развития сервиса и сбалансированные маркетинговые акции портала являются ключевыми моментами по увеличению лояльности потребителей.

- Доступ на портал операторов заведомо лимитирован: возможность запуска ограниченного количества сервисов, ориентировка на марочную продукцию, длительные сроки утверждения, отказ от контента для взрослых
- Многие операторы Европы и Северной Америки признали, что необходима «вторая дверь». Gallery во Франции; Overture и Motion Bridge в Великобритании являются прекрасными примерами такой инициативы. Фокус на примере Gallery во Франции
- Достичь успеха вне портала оператора не просто. Множество моментов, не благоприятствующих успеху
- Успех сервисов, запущенных вне порталов операторов, во многом зависит от инициативы контент-провайдеров, постоянного менеджмента сервиса и маркетинговых акций.
- Case Study: как Mobibase запустила и управляет 80 сервисами вне портала операторов.

Ключевой доклад

«Вопросы взаимодействия контент - провайдеров и операторов связи»

Элла Локшина, Директор по абонентскому обслуживанию, Соник Дуо



Панельная дискуссия

«Вопросы взаимодействия контент-провайдеров и операторов связи»

Модератор: Наталья Потапова, Дирекция по маркетингу, ВымпелКом

- Существующие проблемы и пути их решения
- Перспективы и реалии взаимодействия контент-провайдеров и операторов
- На чем теряют операторы, можно ли вернуть потерянное?
- Региональные операторские программы развития мобильного контента
- Роль и место контент-провайдеров в цепочки предоставления VAS
- Как продать контент? Агрегаторы vs Контент-провайдеры
- Кто останется основным драйвером контента (оператор или контент-провайдер/контент-агрегатор)?
- Как заработать для оператора и оставить себе?

К участию в дискуссии приглашены:

Наталья Потапова, Дирекция по маркетингу, ВымпелКом

Покровский Антон, Руководитель группы по разработке и продвижению дополнительных услуг, СМАРТС «Астрахань GSM»

Елена Одиноц, Руководитель направления Контента, UMC

Станислав Борисов, Исполнительный директор, Никита

Кирилл Петров, Генеральный директор, i-Free

Кирилл Шрамко, Генеральный директор, Инфон



FACE-TO-FACE Networking - одна из самых продвинутых в России и успешных технологий очного контакта участников мероприятия между собой (лицом к лицу), позволяя за короткий промежуток времени обменяться визитками со всеми заинтересованными в деловом общении участниками мероприятия. FACE-TO-FACE Networking – это отправная точка для общения с теми, кто Вам интересен во время всей конференции. Это место где начинаются деловые длительные отношения.



Выставка и Live Content Show в рамках форума создают совершенную обстановку для высокой маркетинговой активности и вовлекают делегатов форума в тесное деловое общение «лицом к лицу». На экспозиции Вы можете создать хороший задел для деловых длительных отношений на быстро развивающемся рынке мобильного контента.



Вечерний Коктейль, Networking Reception

В программе Форума **«Мир Мобильного Контента»** специально отведено время для делового общения участников. Организаторы события создадут для делегатов уютную атмосферу плодотворного делового общения, знакомства в течение перерывов на кофе, бизнес-ланча в формате шведского стола и вечернего коктейля.

Второй день – 22 июня

ЧАСТЬ ЗАСЕДАНИЙ БУДЕТ ПРОХОДИТЬ ОДНОВРЕМЕННО В РАЗНЫХ ЗАЛАХ!

СТРАТЕГИИ ВЕДУЩИХ ОПЕРАТОРОВ



Панельная дискуссия

«Стратегии ведущих операторов. Взгляд на индустрию изнутри»

- Предыдущие стратегии – успехи и уроки
- Измененная бизнес-модель – от оператора к поставщику развлечений (контент-провайдеру)
- Брендинг и контроль над мобильным контентом

К участию в дискуссии приглашены:

Ирина Никурадзе, Вымпелком

Василий Кузичев, Директор по развитию бизнеса, Мегафон

Валерий Новик, Департамент по развитию продуктов и услуг, Мобильные ТелеСистемы

Дмитрий Багдасарян, Начальник управления маркетингом, СМАРТС



Панельная дискуссия

«Станут ли операторы банками?»

- SMS pay. Есть ли будущее у микроплатежей?
- «Мобильный банкинг»- система управления банковским счётом посредством мобильного телефона

К участию в дискуссии приглашены:

Олег Махотин, VISA International

Андрей Лапыч, Интервейл

Андрей Воронцов, АКБ МБРР

Покровский Антон, Руководитель группы по разработке и продвижению дополнительных услуг, СМАРТС «Астрахань GSM»

ЭВОЛЮЦИЯ МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ

Ключевой доклад

«Эволюция: от мобильного телефона к мультимедийному компьютеру»

Игорь Харлашкин, Бизнес-менеджер, Мультимедиа, Nokia

- Эволюция мобильных телефонов. Что нового на горизонте?
- Куда идут вендоры handset-ов. Тенденции в мире проектирования и разработки мобильных устройств
- Какие устройства ждут разработчиков контента в перспективе?

ЗАЩИТА МОБИЛЬНОГО КОНТЕНТА. ЧЕРНЫЙ И БЕЛЫЙ РЫНОК. ФРОД

«Методы цифровой защиты мобильного контента»

Алексей Кондрин, Руководитель проекта, **Independent Copyright Management Consulting**

- Авторские права и пути их сохранения
- Стандарт MPEG-21 и другие технологические подходы
- DRM - Панацея или вызов цифровой эпохи
- Международный опыт
- Перспективы DRM в России

«End-to-end мониторинг контентных услуг, качества мобильного контента и соблюдения SLA»

Григорий Кановой, Менеджер по работе со странами СНГ, **P3 Solutions GmbH**

- Качество и доступность контента: проблемы в связи со сложностью и распределенностью инфраструктуры
- Статистики оборудования не дают полного ответа на вопрос, может ли абонент пользоваться услугой
- E2E подход к решению проблемы мониторинга качества и доступности контентных сервисов
- Контроль соблюдения SLA
- Эффективность и окупаемость E2E системы
- Опыт P3 Solutions по внедрению E2E систем мониторинга контента



Панельная дискуссия

«Защита мобильного контента. Черный и Белый рынок. Фрод»

К участию в дискуссии приглашены:

Денис Лазарев, **ParkMedia Consulting**

Алексей Кондрин, Руководитель проекта, **Independent Copyright Management Consulting**

Григорий Кановой, Менеджер по работе со странами СНГ, **P3 Solutions GmbH**

КАК СДЕЛАТЬ МОБИЛЬНЫЙ КОНТЕНТ ПРОДАВАЕНЫМ?



Панельная дискуссия

«Как сделать мобильный контент продаваемым?»

- Что привлекает потребителя?
- Роль маркетинговых и рекламных технологий на объемы продаж
- Добросовестная реклама. Проблемы и пути решения?
- Маркетинг услуг, особенности услуг как товара, особенности продвижения услуг
- Снижение эффективности традиционных технологий продвижения и поиск новых решений
- "Федеральное" продвижение vs "Региональное" продвижение
- Проблемы взаимодействия операторов и провайдеров в области продвижения
- Примеры влияния технологий на объемы продаж, удачные бизнес-кейсы
- Перспективные рекламные и маркетинговые технологии

К участию в дискуссии приглашены:

Сергей Логачёв, специалист по продвижению отдела развития продуктов и услуг макро-регион "Поволжье-ЮВ", Блок Маркетинга, **МТС**

Станислав Борисов, Исполнительный директор, **Никита**

Кирилл Петров, Генеральный директор, **i-Free**

КОНТЕНТ - ОТ ТИНЭЙДЖЕРОВ ДО БИЗНЕСМЕНОВ



ФОКУС ГРУППЫ «Бизнес сообщество» и «Молодое поколение»

Неформальная дискуссия с представителями бизнес – сообщества и молодого поколения, на которой аудитории форума представится возможность задать вопросы и обсудить следующие ключевые темы:

- Почему абоненты этих фокус-групп пользуются мобильным контентом?
- Глобальный взгляд: демография от тинэйджеров до бизнесменов

- От развлекательного контента к бизнес-контенту
- Привлечение клиентов посредством мобильных развлечений
- Кто загружает и что они загружают? Какой контент наиболее популярен?
- Стратегия сегментации
- Проблемы, с которыми сталкиваются пользователи
- Снижение стоимости или повышение качества?
- Каких предложений и цен на мобильные услуги ожидают абоненты?
- Преобразование пользователя, обратившегося в первый раз, в постоянного

ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ



Панельная дискуссия «Мобильное Видео и Телевидение» Модератор: Сергей Скрипников, Журнал "Эксперт"

- Создание мобильного TV
- Какое телевидение работает на мобильном телефоне?
- Создание лояльного клиента для мобильного телевидения
- Потребительский спрос для мобильного телевидения
- Требование к интерактивному телевидению на мобильном телефоне.

К участию в дискуссии приглашены:

Сергей Скрипников, Журнал "Эксперт"

Алексей Шаповалов, Мегафон

Андрей Копытко, Руководитель проекта мобильное телевидение, МТС

Анастасия Бондарь, Менеджер по развитию бизнеса, проект "Мобильное телевидение", Эрикссон

ИНТЕРАКТИВНЫЕ МЕДИА-ПРОЕКТЫ



Панельная дискуссия «Интерактивные медиа-проекты»

- Возможность моментальной «мобильной» реакции
- Повышение уровня реагирования и обратная связь
- Объединение групп людей с общим интересом (SMS ТВ-чат)
- Новые источники доходов и новые возможности для привлечения и удержания клиентов, целевой аудитории
- Варианты развития мобильного интерактива

К участию в дискуссии приглашены:

Руслан Шапиро, Music box

Алексей Харламов, MTV

Станислав Прибылов, НТВ-ПЛЮС

Людмила Агафонова, Cosmopolitan

Евгений Абов, Проф-Медиа-Менеджмент

Алла Шпанская, Радио Классика Россия

МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ И VTL

Ключевой доклад

«Рынок мобильного маркетинга: залог дальнейшего роста»

Юлия Коваленко, Директор по маркетингу, BrandMobile

- Итоги текущие
 - Основные типы и примеры востребованных проектов и услуг на рынке (календарь основных проектов 2005 года)
 - Кто тратит, и кто зарабатывает (взаимоотношения между заинтересованными сторонами)
- Как мобильной индустрии получить больше рекламных денег? (точка зрения)

Строка в бюджете «на мобильный маркетинг»: реальность или вымысел?
Mobile media: а вы кто? (Стратегическое планирование: можно ли спланировать мобильный маркетинг?)

Готовые площадки: новая точка роста?

- Рекламные модели и:
 - Сотовые операторы
 - Крупные сервис & контент-провайдеры
 - Отдельные мобильные площадки



Выставка и Live Content Show в рамках форума создают совершенную обстановку для высокой маркетинговой активности и вовлекают делегатов форума в тесное деловое общение «лицом к лицу». На экспозиции Вы можете создать хороший задел для деловых длительных отношений на быстро развивающемся рынке мобильного контента.