

IX Всероссийский Форум PR-директоров

«PR FORCE 2023»

Как мобилизовать весь арсенал коммуникаций в эпоху нестабильности?

Программа мероприятия

02 марта | День 1

09:30–10:00 Регистрация. Приветственный кофе-брейк

Модератор сессии:



Кермен Манджиева
SEGEZHA GROUP

10:00–10:20 **ДОКЛАД:** Как поменялся PR с 24 февраля 2022 года? Трансформация PR в B2B в новых условиях. Как бизнес адаптируется к новой информационной повестке и что позволяет сохранить PR-активность в информационном пространстве. Поделимся опытом крупнейшего игрока отечественного ИТ-рынка.



Наталья Шумилина
ГК ЛАНИТ

- 10:20–11:20 КРУГЛЫЙ СТОЛ: Трансформация и новые возможности в PR
- Как поменялся подход к работе PR подразделений?
 - Какой горизонт планирования PR стратегии и бюджета?
 - Как поменялась оценка эффективности PR подразделений?
 - Какую корпоративную идентификацию транслируют на внешние изменения?
 - Как изменилось кросс-функциональное взаимодействие PR с со смежными департаментами?
 - Прошедший хайп или выверенная стратегия: как изменилось отношение к ESG повестке?
 - Как изменился арсенал PR инструментов в 2022-23гг.?



Нина Орешкина
ИНВИТРО



Надежда Овсянникова
БАЛТИКА



Илья Житомирский
ТРУБНАЯ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ КОМПАНИЯ, ГРУППА СИНАРА



Евгения Литвинова
AB INBEV EFES

- 11:20–11:40 ДОКЛАД: Как трансформировать PR-стратегию в условиях внешнего давления?
Как выбрать правильный режим коммуникаций в период внутренних изменений и внешней турбулентности?
Как определить приоритеты, планировать и идентифицировать возможности в условиях жестких ограничений информационной политики?



Надежда Овсянникова
БАЛТИКА

11:40–12:00 **КЕЙС:** Внутренний PR в условиях турбулентности. Как правильно транслировать изменения вовнутрь компании? В условиях турбулентности очень важно вовремя и правильно транслировать информацию каждому сотруднику – особенно если речь идет о компании, где число работников сравнимо с населением небольшой страны. Из доклада вы узнаете, как в РЖД устроены внутренние коммуникации, какие инструменты стали наиболее востребованными и эффективными в эпоху нестабильности, какие из них получили дополнительный импульс для развития и что может сделать работодатель для сохранения микроклимата в команде.



Дмитрий Глухов
РЖД

12:00–12:40 Кофе-брейк

12:40–13:00 **ДОКЛАД:** Приоритеты и принципы ESG-коммуникаций в новых реалиях



Ольга Юркова
МТС

13:00–13:20 **ДОКЛАД:** Какие каналы и инструменты использовать при выстраивании коммуникаций международным компаниям?



Евгения Литвинова
AB INBEV EFES

- 13:20–13:40 **КЕЙС:** PR в режиме тишины
Информационная открытость или режим тишины? Как меняется коммуникационная политика в современных условиях»
Мы расскажем об изменении информационного поля в фармацевтической отрасли после 24.02, как компания скорректировала коммуникационную стратегию, работу со спикерами, сотрудниками и целевыми аудиториями, что привело к значительному усилению позиций компании в информационном пространстве.



Евгения Доморощенко
ГЕРОФАРМ

- 13:40–14:00 **ДОКЛАД:** Новые инструменты продвижения бизнеса в социальных сетях. Как вертикальные видео сами себя продвигают, собирают аудиторию и продают ваши товары.



Александр Платошин
MOSKVA PRODUCTION

- 14:00–15:00 Обед

Модератор сессии:



Дмитрий Лушников
ВКОНТАКТЕ

- 15:00–15:30 **ДОКЛАД:** PR продвижение в соцсетях в 2023 году, где рождается негатив и как его поймать?



Анастасия Рубцова
Т ПЛЮС

15:30–15:50 **ДОКЛАД:** Баланс инфоповодов. Как не уходить в негатив и не жить в мире розовых пони?



Юлия Деева
ПОЛЮС

15:50–16:40 **ДИСКУССИЯ:** Как достичь синергии со СМИ?

- Как выстраивать работу со СМИ и не перейти тонкую грань маркировки рекламы?
- Что происходит с рынком СМИ? Как выстраивать работу в нынешних условиях?
- Как работать с зарубежными СМИ в условиях санкций?



Екатерина Самородова
ГК ФСК



Евгения Доморощенко
ГЕРОФАРМ



Юлия Деева
ПОЛЮС



Мария Ермакова
АБСОЛЮТ БАНК



Антон Запольский
СОВКОМБАНК

16:40–17:00 КЕЙС: Использование цифрового пространства глобальной метавселенной для проведения пресс-мероприятий и создания дополнительных инфоповодов
Хайп, связанный с метавселенными идет уже второй год. Скупаются виртуальные участки и строятся мета-магазины - во всяком случае, так пишут в новостях. Что на самом деле? Можно ли использовать пространства метавселенных в качестве инструмента для коммуникаций? Какие есть сложности при реализации мероприятий в метавселенных? Какой PR-эффект могут дать такие эксперименты?



Екатерина Самородова
ГК ФСК

17:00–17:20 КЕЙС: PR сопровождение локализации международных компаний



Людмила Семушина
INVENTIVE RETAIL GROUP

17:20–17:40 ДОКЛАД: Как обеспечить грамотное PR сопровождение первого лица в новых кризисных реалиях?



Владимир ЗАЛУЖСКИЙ
СЕВЕРСТАЛЬ

17:40 Завершение Форума. Подведение итогов. Неформальное общение