



13 липня у ході конференції «Рейтинги як критерій ефективності інвестицій у рекламу» офіційна рейтингова агенція конкурсу **InMind** презентує доповідь «Аудит рейтингів».

### **Програма конференції «Рейтинги як критерій ефективності інвестицій у рекламу»**

#### **Блок 1:**

Аудит рейтингів. *Володимир Паніотто, президент InMind*. Телевізійні рейтинги. Телеметрія, як інструмент тактичного планування рекламних кампаній. *Ольга Романова, директор медіа відділу GFK-USM*. Історія українських телевізійних рейтингів та вплив на ринок телереклами. *Олександр Вакуленко, директор зі стратегічного планування Adam Smith*. Контроль якості медіавимірів. *Ігор Даценко, менеджер з досліджень Cortex, дослідницький підрозділ SMV Group, представник Індустріального телевізійного комітету*

#### **Блок 2:**

Вивчення аудиторії друкованих видань та радіостанцій. Досвід компанії TNS Ukraine. Інструменти для ефективного медіапланування. Користувачи мережі INTERNET в Україні. *Анна Добри́вечер, заступник генерального директора TNS – Україна* Презентація проекту: «Дослідження щодо стратифікації українського суспільства». *Наталія Бойко, директор з маркетингу журнал «Експерт»* Радіовимірювання *Sirex Marketing Service*

#### **Блок 3:**

Проблеми вимірювання у зовнішній рекламі. Історія, поточний стан та подальший розвиток. *Сергій Смоляр, директор Дорс-консалтинг «Оптимізація рекламного бюджету. Пре-тест реклами»* *Оксана Плєскова, директор МаркетСенс Україна* *Євген Зав'ялов, маркетинг-Директор МаркетСенс Україна*

**Організатор конференції — «РМС-Україна», медіа-партнер — Marketing Media Review**