

# ESOMAR BEST OF RUSSIA 2012

Москва / 19 июня

Быстрое продвижение вперед...

## ОБЗОР

В 2012 году Россия заняла второе место по количеству интернет-пользователей среди стран Европы, а именно 58.7 миллиона, (по данным e-Marketer).

Что значит этот онлайн взрыв для индустрии исследований и Российского общества в целом?

Каковы возможности для бизнеса?

Значит ли это, что в будущем российский потребитель будет более доступен для индустрии исследований, чем потребитель других стран?

Чтобы ответить на эти вопросы, приглашаем Вас принять участие в однодневной встрече в Москве, организованной ESOMAR и консультационным советом 'Best of' Russia 2012.

## ДЕТАЛИ

Место проведения: HOLIDAY INN  
Ул. Лесная, 15  
Москва 125047 Россия  
Телефон отеля: **+7 (495) 783 65 00**  
Факс отеля: **+7 (495) 783 65 01**  
E-mail: [reservations@hi-mole.ru](mailto:reservations@hi-mole.ru)

Дата: 19 июня 2012

## РЕГИСТРАЦИЯ

Доступна в режиме онлайн на [www.esomar.org](http://www.esomar.org) Количество мест ограничено.

Для регистрации группы от 5 человек просьба написать по адресу [h.parker@esomar.org](mailto:h.parker@esomar.org), указав имена, название компании и электронную почту.

ПРОГРАММА 9.00 – 18.00	
9.00 – 9.10	<b>ОТКРЫТИЕ</b> ESOMAR
9.15 – 9.40	<b>РОССИЯ СЕГОДНЯ – часть 1</b> <b>Обзор - индустрия рыночных исследований в России</b> <i>Индустрия рыночных исследований в России. Мнение исследователей - 2011</i> Роман Оглоблин, 7/89, Россия
9.40 – 10.05	<b>Приглашённый оратор</b> <b>Основные тенденции развития рынка розничной торговли с позиции потребителя</b> Вадим Радаев, Высшая школа экономики, Россия
10.05 – 10.15	<b>Вопросы и ответы</b>
10.15 – 10.45	<b>ПЕРЕРЫВ</b>
10.50 – 11.15	<b>Приглашённый оратор</b> <b>Построение более успешного бизнеса по новому рецепту проверки понимания</b> Federico Trovato, BrainJuicer, Нидерланды
11.15 – 11.25	<b>Вопросы и ответы</b>
11.30 – 11.55	<b>СЕССИЯ "ОНЛАЙН И В ДВИЖЕНИИ" - часть 1</b> <b>Розетта Стоун и Фуко</b> <i>Понимание соцмедиа через дискурс-анализ</i> Ray Poynter, Vision Critical, Великобритания
11.55 – 12.20	<b>Игра экспериментов</b> Jon Puleston, GMI, Великобритания
12.20 – 13.50	<b>ОБЕД</b>
13.55 – 14.20	<b>СЕССИЯ "ОНЛАЙН И В ДВИЖЕНИИ" - часть 2</b> <b>Мобильная р(э)волюция</b> Malte Friedrich-Frekxa, YOC, Германия
14.20 – 14.55	<b>Онлайн против Оффлайн: ...победитель...ИЛИ проигравший?</b> Нелли Мамян, Tiburon Research, Россия Артём Тинчурин, Tiburon Research, Россия
14.55 – 15.20	<b>Мобильные веб-опросы: новое поколение он-лайн исследований?</b> Мавлетова Айгуль, Высшая школа экономики, Россия
15.20 – 15.45	<b>Обсуждение</b>
15.50 – 16.20	<b>СЕССИЯ "КАК УЧИТЬСЯ НА ОШИБКАХ"</b> Эта сессия покажет, как индустрия рыночных исследований может стать более успешной, учась на ошибках. Jon Puleston, GMI, Великобритания Ray Poynter, Vision Critical, Великобритания
16.20 – 16.50	<b>ПЕРЕРЫВ</b>
16.50 – 17.20	<b>РОССИЯ СЕГОДНЯ – часть 2</b> <b>OIROM: Обсуждение за круглым столом</b> Во время этой панели делегаты узнают больше о защите персональных данных и стандартизации индустрии. ORIOM, Россия
17.20 – 17.45	<b>Приглашённый оратор</b> Алексей Левинсон, ЛЕВАДА-ЦЕНТР, Россия

17.45 – 17.55	Вопросы и ответы
17.55 – 18.05	ЗАКРЫТИЕ

## ADVISORY BOARD



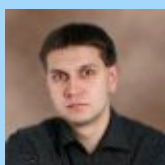
Tatiana Barakshina, Research Director, Bazis Intelligence Group Russia and ESOMAR Council

Tatiana Barakshina has 8 years hands-on experience in international market research and has been a lecturer and professional trainer in market research for 4 years. She has designed and implemented complex market segmentation projects in Europe, CIS and Middle East and collaborates with several Russian publications such as *op Leader Journal*, *Delovoj Kvartal*, *the FederalPress* and *UralPolit.ru*



Oleg Dembo, General Director, O+K, Research Company and ESOMAR Representative in Russia

Oleg Dembo started his career in research in 1994 as a research assistant in a small local agency, during his 4<sup>th</sup> year in the sociology department of St. Petersburg University. He then worked as a project manager and head of the quantitative research department in St. Petersburg-based Suomen Gallup subsidiary (now a part of TNS). In 1999, he co-founded O+K agency which has since grown to reach a national top 20 ranking and has become the most successful Russian agency with a non-Moscow origin.



Alexander Shashkin, OMI, CEO and Programme Chairman

Alexander Shashkin, PhD in Sociology, founded the OMI company after 2 successful years as Managing Director at GMI company. He came to the business world from the Institute of Sociology, Russian Academy of Sciences, where he was a Senior Researcher. Prior to this, he was a co-founder and Deputy Director of the Center for Analytical Research and Development, Kazan and Associate Research Fellow at the Centre for Social Evaluation Research at London Metropolitan University, UK.

## SPEAKERS

### RAY POYNTER



Ray Poynter is Executive Vice President and Managing Director of the Vision Critical London office, and is responsible for development of the UK business. He has spent the last 30 years at the interface of change, research, and technology, having spent most of that time at the director level with companies such as The Research Business, IntelliQuest, Millward Brown and Virtual Surveys. He is in frequent demand as a workshop leader and webinar speaker, covering topics as diverse as social media, advanced quant, presenting and scenario planning. He is the founder and organiser of NewMR, a collaborative venture to help co-create the future of MR.

## JON PULESTON



Jon Puleston is Vice President of Innovation at GMI and runs GMI Interactive, a team specialising in the design of interactive surveys and developing specialist technology for conducting interactive online research. Over the last 4 years he has been conducting extensive research exploring how to engage respondents more effectively in online research and his paper examining the gamification of online research won the 2011 ESOMAR Congress award for best methodology paper. His team also won the inaugural 2011 ARF award for excellence in survey design.

## FEDERICO TROVATO



Federico Trovato is the Chief Client Satisfaction Officer of BrainJuicer, a leading market research agency determined to change the way research is done.

Federico's marketing experience matured in large multinationals will take BrainJuicer's global account capabilities to the next level and help fuel the company's growth with multinational clients.

Federico oversees BrainJuicer's newest 'Juicy' solution, SatisTraction®, which uses the multi-award winning FaceTrace®, to measure emotions and provide a radical new way to capture customer and employee satisfaction.

Prior to joining BrainJuicer, Federico has worked in leading companies in their respective industry such as Procter & Gamble, Benckiser, Coty/Lancaster, AC Nielsen BASES and Philips Consumer Lifestyle, in different marketing, strategy and management roles. He has completed his academic studies in Political Sciences at the University of Padova, Italy. Currently residing in the Netherlands, Federico speaks English, German, Polish and Italian.