



Новые рыночные вызовы требуют инновационных решений.
У лидеров российского рынка решения есть, и они готовы ими делиться!

20, 21, 22 и 23 марта 2007

ОБЪЕДИНЕННАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ НОВОГО ТИПА

Главная тема:

ПОБЕЖДАЮТ НОВАТОРЫ!

**Инновационные стратегии и маркетинг-микс, как основа развития
бизнеса в XXI веке**

Ключевые докладчики и члены Экспертного Совета

Список докладчиков постоянно пополняется. В настоящем списке представлены спикеры и члены Экспертного Совета, подтвердившие свое участие в работе Бизнес-Форума на текущий момент. Всего на Форуме будет представлено свыше 80 докладов ведущих экспертов по маркетингу.



СЕРГЕЙ ПЕВНЕВ

Директор по маркетингу, SAMSUNG ELECTRONICS

Окончил МЭИ. В 2003г. Получил степень мастера делового администрирования (MBA по маркетингу) в Московской международной высшей школе бизнеса. С 1995 г. работает в представительстве компании Samsung Electronics. До 2000 г. был менеджером по маркетингу IT продукции. В 2001 г. возглавлял отдел электронного маркетинга компании, в сфере ответственности входила также разработка и создание b-2-b системы. С 2002 по 2004 г. являлся руководителем департамента стратегического планирования и маркетинговых коммуникаций Samsung Electronics по странам СНГ и Балтии. В настоящее время является руководителем департамента маркетинга Samsung Electronics Russia. В 2006 году занял 3-место в рейтинге журнала «Секрет фирмы» среди ведущих маркетологов России. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

Samsung Electronics Co., Ltd., основанная в 1969 году, является мировым технологическим лидером в производстве полупроводников, телекоммуникационного оборудования, жидкокристаллических дисплеев, мобильных телефонов, мониторов и видеомагнитофонов. По данным рейтинга «Info Tech 100» («Standard & Poor's»), компания Samsung Electronics второй год подряд входит в тройку лучших IT-компаний мира. 88 тысяч человек в 89 офисах 46 стран мира являются сотрудниками корпорации. Объемы продаж в 2005 финансовом году составили около \$79,5 млрд.



АЛЕКСАНДР СОКОЛОВЕРОВ

Руководитель департамента маркетинга, заместитель генерального директора по связям с общественностью, «РОЛЛТОН»

Работает в сфере коммуникаций на рынке FMCG с 1990 года. Из них 10 лет со стороны рекламных агентств и 6 со стороны производителей. За последние шесть лет работал в компании «Эконика» и с 2003 в торговом доме «Роллтон». Отвечает за формирование и реализацию общей маркетинговой стратегии компании, развитие бизнеса на региональных рынках, появление и развитие новых брендов. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

Компания **«РОЛЛТОН»** основана в 1998 году. Одна из лидирующих компаний, оперирующая на рынке продуктов быстрого приготовления, снековом рынке, чаем и кофейном рынках. Компания владеет торговыми марками: Роллтон, БигБон, Ролбен. Продукция компании представлена в 16 странах мира.



РОМАН ТОРГАШИН

Директор по маркетингу, CAMPINA RUSSIA

Родился в 1974, кандидат экономических наук. Работал в компаниях: Cadbury Russia (Dorland-Cadbury), Wrigley, BAT. Бренды: Picnic, Orbit, Pall Mall. Имеет огромный опыт в разработке и выведении на рынок новых товаров, создании упаковок.

Компания **Campina** основана в 1979 г. В настоящее время это - фермерский кооператив по производству молочной продукции. Работает 6811 сотрудников, оборот 3,6 млрд. евро, штаб-квартира – Цальтбоммель, Нидерланды. Производственные активы в Голландии, Германии, Бельгии, России, США, Тайланде, Вьетнаме.



КИРИЛЛ ТУРБАНОВ

Директор по маркетингу, АЛЬФА-БАНК

В Альфа-Банке работает с 2004 года. До перехода в банк возглавлял маркетинговое направление в международной компании Maune Pharma PLC в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке. Ранее работал в Procter & Gamble и Kimberly-Clark в Великобритании, где занимался продвижением новых брендов и продуктов компаний на рынках Европы, включая Россию и страны СНГ.

Окончил с отличием Санкт-Петербургский государственный университет в 1989 году, кандидат химических наук. Стажировался в Калифорнийском Университете в Беркли (США), получил Executive MBA в Imperial College Business School of London. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

«**Альфа-Банк**» — крупнейший частный банк России, успешно работающий с 1990 года. Банк входит в число самых надежных и диверсифицированных финансовых структур России.

Альфа-Банк является одним из крупнейших банков России по величине активов и собственного капитала. По данным аудированной финансовой отчетности (МСФО) за 2005 год, активы группы «Альфа-Банк» составили \$9,8 млрд. В Москве, регионах России и за рубежом открыто более 120 отделений и филиалов банка, в том числе дочерние банки в Казахстане, Украине и Нидерландах.



МИНА ХАЧАТРЯН

Директор по маркетингу, SITRONICS

Опыт работы: Генеральный директор Р.А. "Сэмик-ТВ", партнер продюсерского центра Velasco Enterprises, директор по развитию бизнеса Группы Компаний "Медиа Артс". Автор более, чем 30-ти публикаций по брендингу, маркетинговым коммуникациям, trade promotion и др. Заведующая кафедрой бренд коммуникаций Международного Института Рекламы Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

ОАО «**СИТРОНИКС**»— крупнейшая высокотехнологичная компания Восточной Европы. Создана в декабре 2002 года как концерн «Научный центр», в дальнейшем переименована в ОАО «СИТРОНИКС». После консолидации ряда ведущих технологичных компаний России, Украины, Чехии и Греции выполняет масштабные проекты в области телекоммуникационных и информационных технологий, микроэлектроники. Основным акционером является АФК «Система».



АНДРЕЙ РУКАВИШНИКОВ

Эксперт

Родился в 1971 году в Ленинграде. В 2001 году получил степень MBA в Американском Институте Бизнеса и Экономики (г. Москва). До этого, в 1991-1992 гг. учился в Мичигане, Хоуп Колледж (США), а в 1994 году окончил МГУ им. Ломоносова, факультет вычислительной математики и кибернетики.

Профессиональную карьеру начинал в 1993 г. в рекламном агентстве McCann Erickson Россия сначала в качестве менеджера по информационным технологиям, затем менеджером по работе с клиентами. В 1994 г. перешел в компанию IDV Россия и в качестве бренд менеджера по крепким спиртным напиткам вывел бренд Smirnoff в лидеры рынка импортируемых спиртных напитков. С 1995 по 1996 г. возглавлял отдел маркетинга в компании Rothmans, а в 1996 г. перешел на работу в компанию MARS. В компании занимал различные позиции - бренд менеджер в странах СНГ, менеджер по маркетингу стран Балтии, директор по продажам в Латвии и менеджер по сетевому бизнесу в СНГ. Работал в компании ДИЛАЙН (г. Москва) - крупнейшего российского дистрибутора и производителя компьютерной техники в должности руководителя департамента маркетинга. В 2003-2006 гг. работал Вице-президентом по маркетингу в пивоваренной компании «Балтика». Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».



ИГОРЬ МАНН

Директор по маркетингу, АРКТЕЛ

В 1989 году окончил МИУ, в 1994 году защитил кандидатскую диссертацию по теме «Организация системы маркетинговых коммуникаций во внешнеэкономической деятельности предприятия». С 1995 года работал директором по маркетингу компания «Фавор», официальном импортере Konica Corporation, затем (1998) - директором по маркетингу в московском офисе компании Lucent Technologies, затем директором по маркетингу в регионе Центральной Восточной Европы, СНГ, Ближнего Востока и Африки. С 2003 года - директор по маркетингу компании Alcatel в России, с июня 2004 г. по октябрь 2005 г. - директор по маркетингу в странах СНГ. Издатель, издательство «Манн, Иванов и Фербер». Автор бестселлера «Маркетинг на 100%: ремикс». Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

ОАО «АРКТЕЛ» - один из лидеров по объемам продаж карт услуг связи и услуг междугородной и международной связи по удаленному доступу, основан в 1999 году. Более 10'000 фирм и организаций Москвы и Московской области подписали контракты с ОАО «АРКТЕЛ» на предоставление различных услуг связи.



ВАДИМ САРАЛИДЗЕ

Руководитель департамента маркетинговых коммуникаций, ХК "РОСГОССТРАХ"

В рекламе и маркетинге с 1993 г. С 1993 по 1999 г. – директор по развитию агентства Ars Nova (работа с ключевыми клиентами), с 1999- 2001 – работал начальником штаба, руководителем креативно-производственной группы, консультантом группы ряда предвыборных кампаний. С 2001 по 2004 год – советник Президента Федерации дзюдо России (маркетинг и реклама, организация и проведение Кубка Президента по дзюдо) С 2004 г. и по настоящее время – руководитель Департамента маркетинговых коммуникаций ОАО «Росгосстрах» (разработка и реализация коммуникационных кампаний продуктовой линейки Росгосстраха, таких как РОСГОССТРАХ АВТО, РОСГОССТРАХ ДОМ, РОСГОССТРАХ БИЗНЕС, ЭТАЛОН АВТОКАСКО и др.). Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

ХК «Росгосстрах» – крупнейшая в России страховая компания. Представляет собой вертикально интегрированный холдинг, состоящий из ОАО «Росгосстрах», 3 региональных, 7 межрегиональных универсальных страховых компаний, ООО СК «РГС-Жизнь», занимающейся страхованием жизни и негосударственным пенсионным обеспечением, а также ООО «РГС-Медицина», осуществляющей операции по обязательному медицинскому страхованию. В 2006 году рейтинговое агентство "Эксперт РА" в очередной раз подтвердило рейтинг А++ "Высокий уровень надежности с позитивными перспективами" ХК «Росгосстрах».



МАКСИМ САВИЦКИЙ

Исполнительный директор, руководитель Функционального Направления Общекорпоративного Маркетинга и бренд-менеджмента, ФИНАНСОВАЯ КОРПОРАЦИЯ «УРАЛСИБ»

В 1994 г. окончил Государственную Академию Управления. В 1997 г. получил степень магистра международного права (LLM) в Ньюкаслском Университете (Великобритания).

В настоящее время осуществляет руководство маркетинговой, аналитической, рекламной службой ФК "УРАЛСИБ" и службой менеджмента качества, в рамках стратегии продвижения продуктов и услуг для розничных клиентов ("Финансовый Супермаркет"). Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

ФК "УРАЛСИБ" (прежнее название - ФК "НИКойл") ведет свою историю с 1993 года. Согласно предварительным оценкам, "БАНК УРАЛСИБ" входит в "пятерку" лидеров отечественного банковского сектора по основным финансовым показателям. Региональная сеть насчитывает 470 отделений и точек продаж. Страховая группа, в свою очередь, занимает 8-9 место по объему премий.



САМВЕЛ АВЕТИСЯН

Управляющий партнер, Маркетинговая компания "АРХИДЕЯ"

Пребывает в расцвете жизненных и творческих сил. Возглавлял маркетинговые направления компаний «Дарья», «Тинькофф». Участвовал в создании брендов: Техношок, Хан, Пикадор, Моя Семья, Дарья, Тинькофф, Текиза, ZoooM, пиво Т...). Преподает основы брендинга, ведет семинары, дает мастер-классы для

всех, кто хочет "сбрендить" по уму, а не по книжкам. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

Маркетинговая компания «Архидея» занимается разработкой и созданием брендов, управленческим и маркетинговым консалтингом.



ЮЛИЯ БАУНОВА

Директор по маркетингу, ПРОДО Менеджмент

В 1995-2000 годах – менеджер по маркетингу (группа шоколадные батончики) компании Mars. Основное достижение – запуск рекламной кампании для бренда Snikers “Не тормози – сникерсни”. В 2000-2002 годах – вице-президент по маркетингу кондитерского объединения “Сладко”. Основное достижение – разработка и запуск национального зонтичного бренда “СладКо”. В 2002-2003 годах – директор по маркетингу российского представительства Мегатрон Корп. Разработка стратегического портфеля брендов, запуск бренда “X-Time”, разработка рекламной кампании бренда “Вулкан”. В 2003- 2006 годах – General marketing and strategic planning manager Coca-Cola, Coca-Cola Light в компании Coca-Cola Soft Drink Consulting. Разработка интегрированной маркетинговой кампании для Coca-Cola Light “Меняйся с легкостью” и запуск новой рекламной кампании для Coca-Cola - “Все будет Coca-Cola”. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

Группа ПРОДО один из крупнейших игроков на отечественном рынке мясопереработки.

Ассортимент продукции составляет свыше 1,5 тысяч наименований колбасных изделий, продуктов из мяса птицы, охлажденных и замороженных полуфабрикатов, а также всевозможных мясных деликатесов. География рынков сбыта группы Продо - это 30 регионов, важнейшие из которых Москва и Московская область, С-Петербург, Республика Башкортостан, а также Ростовская, Пермская, Омская и Тюменская области.



ИРИНА КОРОЛЕВА

Руководитель направления «Лояльность», ВЫМПЕЛКОМ

Имеет более 10-ти летний опыт работы в маркетинге. Работала в компании МИР (бытовая техника, электроника), где занималась разработкой и реализацией программ лояльности, комплекса сервисных услуг, направленных на удержание целевой аудитории; развитием программ потребительского кредитования в розничной сети. В ОАО «Вымпелком» работает с мая 2005 года. Основная сфера деятельности - определение стратегии сохранения клиентов и формирования лояльности абонентской базы. Ее задачами также являются разработка целевых кампаний сохранения, оптимизация процедур обслуживания, формирование политики контактов, инициация массовых программ лояльности.

«Вымпелком» (торговая марка «Билайн») - один из крупнейших сотовых операторов России. В 2005 году оборот компании превысил 3 млрд. долл., рост чистой прибыли составил 76%. Размер абонентской базы компания превышает 45 млн. клиентов.



ВЛАДИМИР БОГДАНОВ

Вице-президент по маркетингу, «ЕВРОСЕТЬ»

С 1993 по 2002 год работал директором по маркетингу и управлению бизнес-проектами компании «ТЕХМАРКЕТ», с 2002 года - вице-президент по маркетингу компании ЕВРОСЕТЬ. В сферу ответственности входит разработка и реализацию общей маркетинговой стратегии компании, развитие бизнеса, реализация проекта потребительского кредитования. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

Компания **«Евросеть»** - крупнейший ритейлер России в телекоммуникационном сегменте. Оборот компании ЕВРОСЕТЬ в 2005 году - 2, 574 млрд. долларов.

Количество салонов компании на конец 2005 года - 3 111. Салоны работают в 795 городах России, Украины, Белоруссии, Казахстана и Киргизии. В компании работают 33 500 человек.

НУНЭ АЛЕКЯН

Директор по маркетингу, «ИНГОССТРАХ»

В 1995 г. получила степень бакалавра в области маркетинга в американском Clarkson University. В 1997—1999 гг. обучалась в Ecole Nationale Des Ponts Et Chaussées (Франция) по программе MBA. В 1995—1997 г. работала менеджером по маркетингу в московском представительстве компании «Никомед», в 1999—2003 гг. — менеджером проектов в английской компании Amersham Health. В 2003—2004 гг. занимала пост директора по маркетингу компании Georgian Glass and Mineral Water Company. Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

ОСАО «Ингосстрах» работает на международном и внутреннем рынках с 1947 года. Компания занимает лидирующие позиции среди российских страховых компаний по сумме страховых взносов по добровольному страхованию.

«Ингосстрах» получил рейтинг Moody's Interfax Rating Agency (по национальной шкале - Aa2.ru и RUS-1), а также «Эксперт РА» (A++).





ЮЛИЯ ГОЛУБЦЕВА

Руководитель службы "Корпоративный маркетинг и связи с общественностью», BOSCH RUSSIA

Член Экспертного Совета Бизнес-Конференции «МаркетингМенеджмент».

Группа компаний Bosch является ведущим международным производителем автомобильного и промышленного оборудования, потребительских и бытовых изделий. Оборот корпорации, насчитывающей около 250 000 сотрудников, составил в 2005 финансовом году 41,5 миллиардов Евро. В России в 1904 году было открыто одно из первых зарубежных представительств компании. В настоящее время Группа компаний Bosch представлена пятью компаниями и производственными филиалами в 14 городах Российской Федерации с общим штатом 1720 человек. В 2005 году консолидированные продажи на российском рынке увеличились с €248 млн до €287 млн. Общие продажи за прошедший финансовый год, включая показатели неконсолидированных предприятий, возросли с €321 млн до €402 млн.



АЛЕКСЕЙ СУХЕНКО

Управляющий партнер, директор, TROUT&PARTNERS/RUSSIA

Работал директором по стратегическому планированию крупных международных и российских рекламных агентств, директором консалтинговой компании BNB.

В настоящее время – профессиональный эксперт по вопросам брэндинга и маркетинговым коммуникациям. В 2006 году занял 3-место в рейтинге журнала «Секрет фирмы» среди ведущих экспертов по маркетингу России. Автор книги «Руководство топ-менеджера по стратегиям», ряда статей по маркетингу, брэндингу и маркетинговым коммуникациям в деловых изданиях, научный редактор и переводчик нескольких книг по маркетингу.

Агентство известного маркетингового консультанта и автора многочисленных книг Джека Траута **TROUT&PARTNERS** имеет представительства в 13 странах мира. Джек Траут является автором и соавтором важнейших книг по искусству маркетинга, включая такие бестселлеры как «Позиционирование», «Маркетинговые войны», «Дифференцируйся или умирай» и др., ставшие «библией» многих профессиональных маркетологов.



КИРИЛЛ БУТКО

Директор по маркетингу, GERRUS GROUP

Получил образование на экономическом факультете МГУ им. Ломоносова, кафедра управления (1995 г.), МИРБИС, специализация MBA-Маркетинг (2003 г.)

В 2001 – 2003 работал директором по маркетингу Пивоваренного завода АМСТАР (бренды Сокол, Белый медведь), затем в РА ProMedia директором по развитию бизнеса. С августа 2004 отвечает за все маркетинговое направление холдинга Gergus Group.

Холдинг **Gergus Group** основан в 1995. Численность – 900 чел. Род деятельности – производство и продажа вина. Холдинг объединяет ЗАО «Детчинский завод» (Калужская обл., завод вторичного виноделия), ООО «Кубанские вина» (Краснодарский край, завод первичного виноделия), виноградарские хозяйства «Фонтал» и «Приморское» (Краснодарский край). По данным компании «Бизнес-Аналитика» занимает 3 место в России по объемам продаж.



ЮЛИЯ ШПИЛЕВСКИХ

Trade marketing manager, NESTLE WATER LLC

Образование: ГУУ «РИМА-А», Специальность – маркетинг. Опыт работы: брэнд-менеджер «Патра» Пивоваренный завод, Екатеринбург (бренды «Патра», «Стрелец»), региональный менеджер по торговому маркетингу «Лебедянский», Уральский филиал, затем Московский дивизион. Имеет большой опыт успешной разработки и реализации национальных трейд-маркетинговых концепций и программ, стандартов мерчендайзинга, программ стимулирования.

NESTLE WATER LLC подразделение компании NESTLE, занимающееся продвижением на рынок природной питьевой воды «Святой Источник»



МАРИЯ ХЛЕБОДАРОВА

Директор по маркетингу, «СТАРИК ХОТТАБЫЧ»

В компании с 2003 года, до этого работала в крупном маркетинговом агентстве, как менеджер вела проекты мультинациональных и российских компаний.

«Старик Хоттабыч» - крупнейшей российской розничной сети строительных и отделочных материалов. Более 2700 сотрудников. В 2004 году оборот составлял более 200 млн. евро. В 2005-2006 сеть провела масштабный ребрэндинг и связанную с этим реконструкцию своих магазинов.



АЛЕКСАНДРА САВИНА

Директор по маркетингу, «БЫСТРОВ»

В компании «Быстров» работает с марта 2005 года. В рамках должностных обязанностей разработала стратегию развития компании на 3 года, новую системы ценообразования по географическим регионам, ступенчатую системы изменения цен для пошагового внедрения разработанной ценовой политики. Совместно с известным маркетинг-гуру Томасом Гэдом участвовала в разработке нового брэнд-кода компании. Работала начальником отдела маркетинга и рекламы ОАО "Пекарь", ассистентом и брэнд-менеджером порошка "Пемос" в ОАО "Хенкель-Эра". Образование: MBA Open University of Great Britain (входит в двадцатку бизнес-школ мира), Open Business School, Friedrich-Alexander-University, Эрланген (Германия), Technical University, , Дармштадт (Германия), Экономическая школа г. Бремена (Германия).

Компания «Быстров» осуществляет свою деятельность в сфере производства и маркетинга продуктов полезного и удобного приготовления на основе злаков. В продуктовый портфель компании входят каши моментального и быстрого приготовления. В настоящее время компания «Быстров» занимает около 75% российского рынка каш моментального приготовления. Продукция «Быстров» продается по всей России, Германии, Израиле, США и странах СНГ.



ДАНИИЛ КАПЦАН

Директор по маркетингу, «ЛАБОРАТОРИЯ КАСПЕРСКОГО»

Работает в «Лаборатории Касперского» с 2000 года. Его первым достижением стало создание структуры производства и логистики для сети международных розничных продаж продуктов компании. В 2003 году Даниил занял должность директора розничных продаж. В период с 2003 по 2004 год Даниил участвовал в развитии бизнеса в средиземноморском регионе, а в ноябре 2004 года стал директором по маркетингу «Лаборатории Касперского». Даниил имеет два высших образования, техническое и маркетинговое.

"Лаборатория Касперского" - самый известный в России производитель систем защиты от вирусов, спама и хакерских атак. Входит в десятку ведущих мировых производителей программного обеспечения для защиты информации. "Лаборатория Касперского" сегодня - это международная группа компаний с центральным офисом в Москве и представительствами в Великобритании, Китае, Франции, США, Германии, Румынии, Японии, Южной Кореи, Нидерландах и Польше. Партнерская сеть объединяет более 500 компаний более чем в 60 странах мира. "Лаборатория Касперского" - это 400 высококвалифицированных специалистов, десять из которых имеют дипломы MBA, шестнадцать - степени кандидатов наук.



ВЯЧЕСЛАВ НОВИКОВ

Директор департамента маркетинга, Страховая компания НАСТА

Получил образование в Московской международной высшей школы бизнеса «МИРБИС», специализация маркетинг. Работал директором по маркетингу корпорация ПАРУС (разработчик и поставщик систем автоматизации управления для предприятий и государственных структур), начальником управления маркетинга, группы страховых компаний «УРАЛСИБ».

Страховая компания **НАСТА** работает на российском рынке с 1993 года. Уставный капитал 1 млрд. 60 млн. рублей. По итогам 9 месяцев 2006 года рост объемов сбора страховых премий составил более 50 % по сравнению с 9 месяцами 2005 года. Региональная сеть НАСТА состоит из 65 филиалов и более чем 300 представительств по всей России. Компания имеет рейтинг надежности «А+» («Эксперт РА»).



РОМАН ВИШНЕВСКИЙ

Начальник управления по развитию продаж, Страховая Группа СОГАЗ

В 1999 г. с отличием окончил экономический и физический факультеты МГУ им. Ломоносова. Работал маркетологом-аналитиком в "ИнтернетМедиа холдинге", главным специалистом отдела стратегических исследований ОАО «Росгосстрах», главным специалистом Департамента маркетинга ОАО «Агрос». С 2002 г. занимал должность заместителя начальника управления маркетинга Страховой Группы "СОГАЗ". Руководил исследовательской и информационно-аналитической деятельностью Управления маркетинга, участвовал в создании стратегии развития Страховой Группы, разработке страховых продуктов, развитии каналов продаж, реинжиниринге бизнес-процессов. С сентября 2006 г. назначен начальником управления по развитию продаж.

Страховая Группа "СОГАЗ", представляющая интегрированный страховой бизнес системы ГАЗПРОМ и является одним из старейших страховых объединений новой России. Группа входит в число ведущих страховых институтов страны, занимая лидирующие позиции в обслуживании крупной корпоративной клиентуры. Большое внимание СОГАЗ уделяет развитию страхования частных клиентов. На сегодняшний день Группа имеет более 350 региональных подразделений на всей территории России.



ВАСИЛИЙ МАНАЕВ

Руководитель отдела маркетинга Россия-Украина-Беларусь, BOSCH RUSSIA

Родился в 1972. Образование: МГТУ им. Н.Э. Баумана, Отто фон Гюрике Магдебургский университет – MBA, Московская Школа Экономики - Специалист по работе с ценными бумагами. С 1997 работает в ООО “Роберт Бош”, отделение “Автозапчасти и автопринадлежности”. С 2002 – Руководитель отдела маркетинга отделения «Автозапчасти» стран Россия-Украина-Беларусь. Основная ответственность – бренд BOSCH.

Группа компаний Bosch является ведущим международным производителем автомобильного и промышленного оборудования, потребительских и бытовых изделий. Оборот корпорации, насчитывающей около 250 000 сотрудников, составил в 2005 финансовом году 41,5 миллиардов Евро. В России в 1904 году было открыто одно из первых зарубежных представительств компании. В настоящее время Группа компаний Bosch представлена пятью компаниями и производственными филиалами в 14 городах Российской Федерации с общим штатом 1720 человек. В 2005 году консолидированные продажи на российском рынке увеличились с €248 млн до €287 млн. Общие продажи за прошедший финансовый год, включая показатели неконсолидированных предприятий, возросли с €321 млн до €402 млн.