

Ваш доклад	1
Как мы работаем	2
Формат докладов	3
Основная тема конференции	3
Стратегия и монетизация	4
Данные и продуктовые сигналы	4
UX & Research & Marketing	4
Саморазвитие	5
Команда и процессы	5
Что если моя тема особенная	5
Аудитория конференции	5
Билет на мероприятие	5
О вас	6
Анонсы докладов	6
Видео и фото	6
Поездка	6
Что получаете вы	6

Ваш доклад

- >>> Мы здесь <<<<
- **День X** — Подача доклада
- **В течение 14 рабочих дней со дня X** — мы выходим на связь и назначаем созвон на 15-20 минут. Чтобы познакомиться, обсудить и уточнить идею доклада. Цель этого созвона - понять ценность вашего доклада для аудитории. Чем лучше вы ее раскроете, тем выше вероятность, что мы одобрим ваш доклад. Подумайте:
 - Какой аудитории будет интересен и полезен ваш доклад?
 - Какую проблему поможет решить ваш доклад?
 - С какой мыслью люди выйдут с вашего доклада? Что они изменят в своей работе после него?
- **Через 1-2 недели** — предварительное утверждение доклада (это значит, что тема интересная, но требуется проработка идеи для принятия окончательного решения)
- **С момента предварительного утверждения** — проработка темы доклада совместно с Программным комитетом
- **12 мая** — закрывается подача докладов
- **26 мая** — крайний срок утверждения доклада в программу
- **10 июня** — крайний срок утверждения названия и тезисов
- **30 июня** — Черновик презентации, оставшееся время на проработку

- **До 11 августа** нам будет необходимо провести как минимум 1 пробный прогон доклада удаленно (доклад уже должен быть готов). Прогонов может быть больше, если одной репетиции будет недостаточно или все вопросы не удастся покрыть в ходе первой сессии.
- **4 сентября** — сдача финальной презентации

Программный комитет оставляет за собой право снять ваш доклад, если вы не выполняете сроки или просьбы программного комитета.

Замена темы/спикера возможна не позднее 1 августа и обсуждается отдельно.

Как мы работаем

У нас есть форма подачи доклада: <http://productsense.io/submit>

Мы принимаем заявки непосредственно от докладчиков – PR-специалисты и помощники не могут полностью донести идею вашего доклада. Кроме этого, ваша личная заявка поможет нам понять, что вы действительно заинтересованы в выступлении.

После подачи мы обычно созваниваемся с теми, чьи темы показались нам интересными, обсуждаем идеи, и во время диалога удается их глубже проработать, или выработать совершенно новые. Если ваша тема нам не подходит, мы обязательно отпишемся и дадим фидбэк.

Далее вы придумываете название и формулируете тезисы. Готовите черновик презентации. И подготавливаете чистовой вариант презентации. В конце каждого из этих этапов контрольный созвон с программным комитетом. На этапе подготовки чистовика созвонов может быть несколько.

Замена спикера не допускается. В случае невозможности выступления человека, который подал доклад, доклад снимается из программы.

Этапы

- Созвон, обсуждение идеи
- Предварительное подтверждение доклада
- Проработка темы
- Включение или не включение доклада в программу
- Финализирование темы и презентации

Наши контакты

talks@productsense.io

ageev@productsense.io

Формат докладов

1. Доклад. Длительность доклада 30 минут (20 мин + 10 минут на вопросы)
2. Мастер-класс. Длительность 1,5 часа

В этом году мы делаем 3 потока докладов и несколько потоков мастер-классов

Нам важно, чтобы:

- Доклад звучал первый раз у нас на конференции (у вас не было выступления с этим докладом на других открытых ивентах)
- Доклад был практическим (вы сами попробовали то, о чем будете говорить)
- Доклад был для массовой аудитории (тема интересна большинству участников, а не отдельной отрасли)

Основная тема конференции

Продуктовое управление в алом океане

О чем поговорим на конференции: как в условиях высокой конкуренции работать над зрелыми продуктами и оставаться эффективным для бизнеса

В какой реальности мы оказались: Деньги дорожают, реклама дорожает, количество успешных независимых стартапов сокращается, большинство продактов работает на понятном рынке со зрелыми продуктами. Мы оказались в реальности, где создание ценности сложнее, чем когда-либо: кажется, что всё, что можно было быстро придумать, уже придумано.

Чем этот рынок характеризуется

- небольшое количество сильных конкурентов, сложная отстройка на уровне УТП
- продукты не сильно отличаются по функционалу, успешные решения конкурентов быстро копируются
- низковисящие плоды давно собраны, нужно долго и кропотливо понемногу улучшать целевые метрики
- базовые потребности пользователей решены
- бизнес ждет понятного профита для себя, не готов долго ждать и бесконечно экспериментировать. Ради оптимизации затрат и роста EBITDA снижаются расходы на R&D-направление
- большие запуски, требующие сильного проджект-менеджмента

С какими трудностями в этих условиях сталкиваются продакты:

- разочарование в профессии. Ты не CEO своего продукта, а винтик, улучшающий точечные метрики или затаскивающий стратегические проекты,

спущенные сверху. Продукты ощущают себя скорее операторами системы, чем её архитекторами

- бизнес против большого количества экспериментов на живой аудитории, сначала продукту нужно доказать гипотезу на данных, защитить решение. И оценивают менеджера продукта не по количеству проведенных экспериментов, а по достижению метрик. Бизнесу не интересно, сколько неудачных экспериментов провел продукт – важно регулярно находить то что повлияет на KPI
- точки роста часто лежат не в фичах, а в позиционировании, работе с аудиторией. При этом работа с маркетингом выстроена плохо. Необходимо выходить за рамки привычного набора инструментов и смещать фокус с фиче
- страх перед развивающимся AI, который тебя заменит, потому что лучше анализирует большие данные
- кастдев не помогает раскопать неочевидные потребности пользователя и придумать прорывное решение, нужны фундаментальные маркетинговые исследования, в которые мы не умеем
- гибких подходов типа скрам недостаточно для затаскивания крупных проектов – нужны процессы и инструменты проджект-менеджмента

Стратегия и монетизация

- Бизнес-модели, рост, KPI
- Планирование и реализация стратегии
- Инструменты и навыки стратегирования
- Монетизация и ценообразование
- Юнит-экономика и P&L

Данные и продуктовые сигналы

- Метрики и данные
- Конкурентный и рыночный анализ
- Связь технических, бизнес- и UX-метрик
- Аналитические навыки менеджера продуктов
- AI-агенты как источник продуктовых сигналов

UX & Research & Marketing

- Опыт пользователя в продукте
- UX&UI
- Маркетинговые и UX-исследования
- Позиционирование
- Каналы продвижения

Саморазвитие

- Ментальные модели и целеполагание
- Ментальное здоровье
- Личные навыки
- Лидерство и коммуникации
- Профессиональное развитие

Команда и процессы

- Операционная эффективность
- Agile-методики, пост-agile
- Проджект-менеджмент
- Процессы
- Отношения с командой

Убедитесь, что ваш доклад не нарушает NDA вашей компании (мы любим кейсы и “мясо”, но не любим, когда наши докладчики нарушают договоренности)

Что если моя тема особенная

Если тема у докладчика получается интересной, но выходит за пределы программы — мы что-то обязательно придумаем.

Аудитория конференции

Это наш 9-й ProductSense. На предыдущем в Москве мы собрали 1300 человек.

- 50% Менеджеры продуктов
- 15% Топ-менеджмент
- 30% Участники команд: менеджеры проектов, аналитики, маркетологи и другие
- 5% Founders

Билет на мероприятие

Вы получаете билет докладчика. Он равноценен билету типа Professional, и вы сможете делать все тоже, что и участники мероприятия. **Все доклады проходят офлайн.**

Описание бонусов билета появится ближе к мероприятию. **Дополнительных билетов мы не предоставляем.**

О вас

Мы публикуем ваше фото, должность, компанию и ссылку на соц. сеть (Facebook или LinkedIn). Еще будут отдельные страницы, с информацией о докладе, докладчике и его компании.

Анонсы докладов

Имейл-рассылка. Часть анонсов спикеров попадет в посты для продвижения в партнерских телеграм-каналах

Видео и фото

Снимаем, монтируем, выкладываем во все наши маркетинговые каналы 😊
Если это не противоречит политике приватности докладчика или его компании.

Поездка

Мы оплачиваем проезд (туда/обратно) и проживание на время проведения конференции для всех подтвержденных спикеров. Перелет классом эконом, проживание в гостинице, работающей с конференцией.

Что получаете вы

Прокачку личного бренда и бренда вашей компании.

- На конференции вас услышат от 200 до 500 человек (в зависимости от аудитории и зала, в котором вы будете выступать)
- Анонс вашего выступления в [телеграм-каналах ProductSense](#) (16 000 человек), «[Продуктовое мышление](#)» (13 200 человек), [Jobs To Be Found](#) (5000 человек).
- После выступления мы делаем расшифровки самых интересных выступлений и публикуем на известных ресурсах (пока наш рекорд — [50 000 просмотров](#) статьи на Хабре)