

Деловая программа Международных выставок
HOUSEHOLD EXPO, STYLISH HOME. GIFTS и CHRISTMAS BOX. PODARKI осень'22

ЗАЛ 11

13 сентября | ЗАЛ 11, первый день

ДЕНЬ РЕГИОНАЛЬНОГО РИТЕЙЛА

«Управление продажами в период турбулентности»

Организаторы: Between2countries, МОККА Экспо Групп

Партнеры: ООО «ДРОГЕРИ СОЮЗ», компания «Ромир», компания «Юнит-Колсалтинг»



Секция 1. Продукт. Продажи. Продвижение. Системное управление в период изменений

10:00 – 10:45 **Изменения на рынке, что происходит с продажами в период изменений. Розница в новых условиях. 3 важных задачи ритейла для удержания своего целевого покупателя**
Ирина Болотова, ведущий эксперт рынка ритейл технологий: Разработка стратегии, проектирование и дизайн, брендинг для ритейла.



10:50 – 11:30 **Основные партнеры и рынки производства при внешнеэкономической деятельности бизнеса. Закупочные союзы. Как система консолидации закупок и объединение объемов для розничных сетей магазинов помогает регулировать закупочную политику.**
Козьмина Любовь, Генеральный директор ООО «ДРОГЕРИ СОЮЗ»



11:35 – 12:15 **Логистические цепочки поставок - на что обратить внимание при переводе бизнеса из одной страны в другую. По каким правилам геополитики будет меняться ценовое и ассортиментное предложение для рынка РФ**
Павлова Лейла, управляющий партнер консалтингового агентства «Between2countries»



Секция 2. Ассортимент поставщиков или свой бренд и СТМ

12:20 – 12:55 **Правила формирования ассортиментной матрицы в период перебоев с поставками товара. Основные инструменты продаж при внедрении СТМ на полку розничных сетей.**

Осьмина Анастасия, ООО «ДРОГЕРИ СОЮЗ» Бренд директор



13:00 – 13:45 **Системное управление в период изменений.**

1. Возможно ли сейчас планировать ключевые показатели работы магазина?
2. Автоматизация бизнес-процессов
3. Ревизия Договоров с поставщиками
4. Оптимизация ассортимента

Новоселова Наталья, руководитель консалтинговой группы «Супер-Розница»

Бюджет затрат на разработку торговой марки. Что такое ассортиментное планирование



13:45 – 14:00 **Бренд первого выбора. Реальные истории успеха»**

Алексей Ларин, управляющий партнер Брендinгового агентства BrandExpert Остров Свободы



14:00 – 14:20 Перерыв

Секция 3. Управление продажами на территории РФ и стран СНГ

14:20 – 15:00 **Динамика Изменений покупательского спроса 2018 по 2022**

Алена Шишова, заместитель руководителя отдела по работе с клиентами «РОМИР»



15:00 – 15:45 **Достижимые приросты на основе аналитики по продажам**

- Принятие решений на основании мониторинга показателей продаж. Какие показатели необходимо отслеживать?
- Комплекс показателей для выполнения задачи увеличения объемов и качества продаж
- Принятие решений при снижении продаж: какие метрики позволяют своевременно выявить и справиться с проблемой
- Показатели для различного уровня управленцев – от рядовых сотрудников до топ-менеджеров

Татьяна Сорокина, генеральный директор «Юнит Консалтинг»



Секция 4. Дополнительные продажи: основные инструменты стратегического маркетинга

15:45 – 17:00 На что обратить внимание при разработке ассортимента для формирования кросс-продаж

3 простых способа доПРОДАТЬ: проверенные на практике способы увеличения среднего чека.

- Как структура ассортимента и категорийный менеджмент работают на средний чек
- Технология продаж. Разбор кейсов и лучших практик.
- Организация мест продаж: находим ресурсы для увеличения продаж

Наталья Антонова, Директор Центра "МАКСИМУМ", эксперт-новатор Службы "Профессиональная розница"

- Как учитывать товарное соседство чтобы дополнительные продажи заработали активнее

- Эмоциональные товарные группы.

Ключевые компетенции: стратегия розничного бизнеса, построение форматов и концепций магазинов, ритейл дизайн и мерчандайзинг, управление ассортиментом, управление изменениями, оптимизация бизнес-процессов в ритейле

Надежда Савина, эксперт в построении форматов и концепций розничных магазинов



ДЕНЬ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА

Секция 1.



10:30 – 13:30 **100 точек роста вашего бизнеса в сети: SEO, SMM, Performance, аналитика**
Организатор: Ingate



Дмитрий Апухтин,
Head of Performance
Ingate



Григорий Загребельный,
Руководитель отдела
Research&Development
Ingate



Ольга Юшева,
Эксперт ORM Ingate



Екатерина Мезенцева,
И.О. Business
Development Director
SEO Ingate

Секция 2.



13:30 – 14:00 **Товары для дома**

- как представлена категория товаров для дома на СберМегаМаркете
- фокусы по развитию категории на этот год
- сезонная подсветка категории (осень-зима 2022) и какие инструменты для продвижения на маркетплейсе работают эффективнее всего для категории

Анна Пронькина, руководитель направления «Товары для дома»



14:00 – 14:30 **Новогодние товары**

- как представлена категория новогодних товаров на мультикатегорийном маркетплейсе
- с какими сложностями сталкиваются продавцы новогодних товаров и какие решения маркетплейса позволяют реализовывать эти товары онлайн
- комплиментарность товаров категории, мультикорзина (что и чаще покупают с новогодними товарами)

Алексей Павлов, управляющий категорией «Дача, сезонные и новогодние товары»



Секция 3.



14:30 – 15:00 **Итоги первого полугодия и приоритеты развития категории Household на Ozon**

Лихонкина Ирина, руководитель группы категории товары для дома



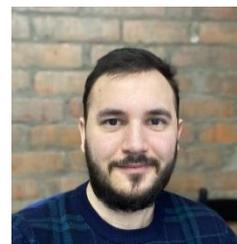
15:00 – 15:30 **Как выйти на маркетплейс Ozon? Особенности выхода, работа с контентом.**
Никонова Александра, старший менеджер по привлечению ключевых партнеров



Секция 4.



15:30 – 16:00 **«Возможности Маркета для производителей и продавцов» или «Экосистема Яндекса как инструмент роста продаж»**
Дмитрий Иодловский, категорийный менеджер Яндекс Маркет



16:00 – 17:00



Работа с маркетплейсами

- Как вывести аусайдеров в лидеры продаж на маркетплейсах
- Подводные камни при автоматизации бизнес-процессов
- Лайфхаки при управлении более 1000 наименований продуктов
- Стратегия управления ассортиментом в кризис

Оксана Смирнова, Директор департамента маркетинга и развития АО «ТПК Магамакс»



- 10:00 – 11:00 **Дискуссионная сессия для дистрибьюторов и ритейлеров. Практика управления СТМ: Эффективные инструменты повышения продаж и отстройки от конкурентов.**
1. Для чего нужна СТМ?
 2. Как определить роль СТМ в ассортименте?
 3. Принципы формирования матрицы и гаммы для СТМ.
 4. Расчет экономики ввода СТМ.
 5. Как избежать канибализации существующих продаж при запуске СТМ?
 6. Как продвигать и продавать СТМ? В чем разница с "чужими" ТМ?
 7. Чек-лист анализа эффективности СТМ
- Станислав Казаков**, Управляющий партнер Big Time Retail, экс-директор Сети гипермаркетов «Дарвин»



ДЕНЬ БРЕНДИНГА

Организатор: Ассоциация брендинговых компаний России

абкр

- 11:00 – 13:00 **Как создать эффективный бренд в HouseHold внутри компании?**
Андрей Горнов, генеральный директор Getbrand



Категории где, есть производители, а потребитель ждет бренды и готов за них платить

Бочкарева Людмила, старший стратег Fenomen

Как перестать делать как всегда и выйти на новый уровень

Сегодня у многих отечественных производителей открываются уникальные перспективы. Главное — не наступать на старые грабли. Вы узнаете, как перестать работать в формате дешёвой альтернативы и настроить себя на лидерство в нише.

Влад Рудовский, бренд-архитектор, творческий руководитель брендинг-студии Адекватные люди



Бренд или логотип? Пан или пропал

Сфера HouseHold — особый рынок. Здесь бренд — это не просто отличительный шильд, а фундамент, на котором базируется продукт. Проблема, когда бренд — это просто логотип. Мы обсудим основные принципы создания бренда.

Проект программы, в программе возможны изменения

[Регистрация на деловую программу](#)