

HOUSEHOLD EXPO
STYLISH HOME. GIFTS
CHRISTMAS BOX. PODARKI

МОСКВА «КРОКУС ЭКСПО»

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 – 10:20 **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.



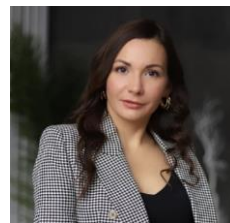
10:20 – 11:00 **Основные партнеры и рынки производства при внешнеэкономической деятельности бизнеса. Закупочные союзы. Как система консолидации закупок и объединение объемов для розничных сетей магазинов помогает регулировать закупочную политику.**
Любовь Козьмина, Генеральный директор «ДРОГЕРИ СОЮЗ»



11:00 – 11:40 **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**
Лейла Павлова, управляющий партнер консалтингового агентства «Between2countries»



- 11.40-12.00 **Увеличение продаж и правильная логистика. История движения товара как один из инструментов повышения лояльности покупателя**
- Поведение пользователя на сайте интернет-магазина.
 - Положительные и отрицательные кейсы размещения информации о способах получения заказа.
 - Влияние корректности информации о логистах на конверсию.
 - Способы увеличения продаж с Почтой России.
- Елена Филиппова**, руководитель направления по работе с ключевыми клиентами «Почта России»



Секция 2. Ассортимент поставщиков или свой бренд и СТМ

- 12:00 – 12:35 **Правила формирования ассортиментной матрицы в период перебоев с поставками товара. Основные инструменты продаж при внедрении СТМ на полку розничных сетей.**
- Анастасия Осьминина**, бренд-директор "Дрогери Союз"



- 12:35 – 13:00 **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
- Наталья Новоселова**, руководитель консалтинговой группы «Супер-Розница»



- 13:00 – 13.35 **Ассортиментное планирование. Доля продаж собственных СТМ. Как формируется планирование бюджета при вводе собственных СТМ. Правила формирования стратегии бренда в социальных сетях.**
- Лейла Павлова**, управляющий партнер консалтингового агентства «Between2countries»



- 13:35 – 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 **Трансформация потребительского поведение и вызовы на рынке розницы – динамика 2018 - 2022г.**
- Елена 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. Управление продажами. Основные инструменты стратегического маркетинга. Особенности формирования ассортимента для кросс-продаж

15:45 – 16:20

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"



16:20 – 17:00

Как увеличить выручку с помощью товарного соседства и кросс-продаж".

- На какие коммерческие показатели влияет товарное соседство и кросс-продажи
- Алгоритм построения ассортимента, выкладки и продвижения при товарном соседстве и кросс-продажах
- Разбор кейсов на примерах из индустрий Household & Beauty

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



Любовь Герасимова,
менеджер по
продажам 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**
Ирина Лихонкина, руководитель группы категории товары для дома



15:00 – 15:30 **Как выйти на маркетплейс Ozon? Особенности выхода, работа с контентом.**
Александра Никонова, 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»



15 сентября | ЗАЛ 11, третий день

10:00 – 11:30 **Дискуссионная сессия для дистрибьюторов и ритейлеров. Практика управления СТМ: Эффективные инструменты повышения продаж и отстройки от конкурентов.**

В программе:

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

Как создать сильный "продающий" бренд и обойти всех конкурентов.

Опыт ведущих экспертов по брендингу.

Секция АБКР в рамках выставки HouseHold Expo-2022

11:30 – 12:00 **Тема «Как создать эффективный бренд в HouseHold внутри компании?»**
Андрей Горнов, генеральный директор Getbrand



12:00 – 12:30 **Тема: «Как создать бренд, который выполнит ваш план продаж на 200%»**
Инструкция по созданию «продающего» бренда. Как избежать типичных ошибок при создании бренда. Разбор самых успешных российских и иностранных кейсов.
Александр Вагин, генеральный директор Supermarket,
член Совета АБКР (МОДЕРАТОР СЕКЦИИ)



12:30 – 13:00 **Тема: «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



13:00 – 13:30 **Тема: «Репозиционирование брендов ключ к эффективности в нынешних реалиях рынка»**
Анна Собянина, генеральный директор брендингового агентства A.STUDIO



13:30 – 14:00 **Тема: «Категории где, есть производители, а потребитель ждет бренды и готов за них платить»**
Бочкарева Людмила, старший стратег Fenomen

