

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.



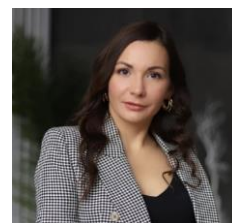
10:20 – 11:00 **Основные партнеры и рынки производства при внешнеэкономической деятельности бизнеса. Закупочные союзы. Как система консолидации закупок и объединение объемов для розничных сетей магазинов помогает регулировать закупочную политику.**
Любовь Козьмина, Генеральный директор «ДРОГЕРИ СОЮЗ»



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

Коротко о воронках продаж. Настройка систем аналитики для работы с воронкой. Кейсы применения комбинаций инструментов Яндекс на каждом из этапов воронки.



Григорий Загребельный, Руководитель отдела Research&Development Ingate

Почему постоянно строить аналитику с нуля – плохая идея. Что нужно бизнесу от профессиональной аналитики и что она дает. Чек-лист внедрения сквозной аналитики на примере сервиса Ingate Analytics.



Ольга Юшева, Эксперт ORM Ingate

Дзен и Промостраницы – как продвигаться в новых условиях. Пульс от VK Group – возможности площадки. Как расшевелить аудиторию ВКонтакте. Как заставить контент из Нельзьяграма работать снова. Кросспостинг или уникальный контент.



Любовь Герасимова, менеджер по продажам Ingate

Почему только сторонняя экспертиза поможет определить дополнительные фокусные точки. Экспертиза в отрасли выше inhouse или outsource? Почему стоит учитывать ресурс сотрудников? Какая команда требует больший бюджет.



Секция 2.



13:30 – 14:00 **Товары для дома на маркетплейсе:**

- как представлена категория товаров для дома на СберМегаМаркете
- фокусы по развитию категорий на площадке;
- сезонная подсветка категорий;
- возможности для развития бизнеса для партнеров маркетплейса;
- эффективные инструменты для повышения продаж в категориях «Товары для дома» и «Новогодние товары»

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.

OZON

14:30 – 15:00 **Итоги первого полугодия и приоритеты развития категории Household на Ozon**
Ирина Лихонкина, руководитель группы категории товары для дома



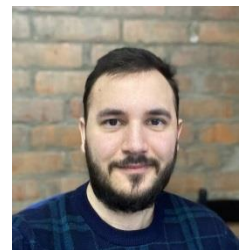
15:00 – 15:30 **Как выйти на маркетплейс Ozon? Особенности выхода, работа с контентом.**
Александра Никонова, старший менеджер по привлечению ключевых партнеров



Секция 4.

Яндекс Маркет

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»

 **MAGAMAX**



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

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

Опыт ведущих экспертов по брендингу.

Секция АБКР в рамках выставки HouseHold Expo-2022

абкр

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



В программе возможны изменения
[Регистрация на деловую программу](#)