

# Деловая программа КВК «Империя»



Конгрессно-выставочная компания «Империя»  
Тел./факс: +7 (495) 730-7906, (812) 327-4918  
E-mail: imperia@imperiaforum.ru  
http://ff.mirdetstva-forum.ru



Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»  
Тел.: +7 (499) 795-3799, 8 (800) 707-3799  
E-mail: centr@expoctr.ru  
http://www.expoctr.ru

## 24 сентября 2019 г.

Павильон 2, Синий зал

**Программа XVII Всероссийского торгового форума  
«Поставщик детских товаров»\***

11:00—12:30 **Аналитическая сессия**

**ВЗГЛЯД С ВЕРХУ: КАКУЮ КАРТИНУ РЫНКА РИСУЕТ  
«ЦИФРОВОЕ» ПОКОЛЕНИЕ ДЕТЕЙ, РОДИТЕЛИ, РЕТЕЙЛ-  
ИГРОКИ И ГОСУДАРСТВО?**

**Ключевые темы:**

— 10 важнейших фактов о современных детях и их родителях, которые нельзя игнорировать поставщикам детских товаров

— Развитие каналов продаж детских товаров: показатели «детских» сетей, гипермаркетов, интернет-магазинов и продаж через соцсети

— Чем бы дитя ни тешилось - лишь бы... быть в курсе, чем! Где и как дети узнают о том, что в тренде? Основные площадки для рекламы детских товаров

— Супер-герои продаж: топ-10 лицензионных героев, увеличивающих спрос на детские товары

— Показатели интернет-магазинов детских товаров в топе рунета: самые продаваемые категории, динамика по объемам продаж и средним чекам

— Приоритеты в субсидировании производителей детских товаров. Кому господдержка «даже не снилась», а для кого вполне реальна?

**Модератор:**

— **Николас Коро**, научный руководитель экспериментальной лаборатории «Нейротехнологии в управлении», Финансовый университет при Правительстве РФ

**Спикеры:**

— **Наталья Рыжкова**, генеральный директор, «Гулливер»

— **Ольга Москвичева**, директор FMCG-категорий, Ozon

— **Юлия Быченко**, старший директор по работе с клиентами, Ipsos ComCon

— **Александр Сосновиков**, менеджер по развитию бизнеса, Nielsen Россия

— **Андрей Шаповалов**, аналитик направления интернет-магазины, Data Insight

13:00—14:00 **Специальное выступление**

**ВСЕ О ПРОДВИЖЕНИИ НА РЫНКЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ:  
НЕСОКРУШИМЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, НОВЫЕ  
ИНСТРУМЕНТЫ И ФИШКИ, ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ**

**Ведущий:**

— **Игорь Манн**, маркетер-практик с 1993 г., прочно закрепил свою репутацию как гурู маркетинга №1 в России. Сооснователь издательства «Манн, Иванов и Фербер». Автор более 20 бестселлеров («Маркетинг на 100 %» - самая популярная книга о маркетинге в России)

15:00—16:30 **Ретейл-сессия**

**БРИФИНГ С СЕТЯМИ, ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАМИ  
И МАРКЕТПЛЕЙСАМИ О ЗАКУПКАХ И РОТАЦИИ  
АССОРТИМЕНТА ДЕТСКИХ ТОВАРОВ**

**Ключевые темы:**

— «Перекати-поле» в ответ на ваше письмо в сеть: основные причины, по которым КП попадает в корзину или просто не доходит до закупщика

— При каких условиях сеть может закупить товар на 20 % дороже, чем у конкурента?

— Как решается парадокс в сети: нужны новинки и история продаж?

— Доля каких категорий детских товаров будет расти в ассортименте сетей в 2020 г.? Какие категории самые ротируемые?

— Основные принципы оптимизации товарной матрицы, которые нужно знать поставщику. Как не стать кандидатом на «вылет с полки»?

— «Сотрудничаем со всеми! Цены устанавливаете вы сами!» и другие выгоды партнерства с маркетплейсами. А в чем подвох?

— Как увеличить продажи детских товаров с онлайн-полки ретейлера? Советы из первых уст

**Спикеры:**

— **Борис Кац**, директор по развитию, «Леонардо»

— **Ольга Тесля**, основатель, «Олант»

— **Светлана Зубова**, коммерческий директор, Mamsy

— **Наталья Чехлатова**, аналитик коммерческого отдела, Rich Family

— **Олег Дорожок**, руководитель по рекламе и монетизации, Ozon

— **Ирина Седова**, директор по развитию бизнеса, NPD Group Russia

17:00—18:00 **Специальное выступление**  
**КАК ПОСТАВЩИКУ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ УВЕЛИЧИТЬ**  
**ВЫРУЧКУ ЗА СЧЕТ «КАРТЫ ПУТЕШЕСТВИЯ**  
**ПОТРЕБИТЕЛЯ»?**

**Ведущий:**

— **Илья Балахнин**, генеральный директор  
и управляющий партнер, Paper Planes Consulting  
Agency

**Павильон 2, зал 1**

**Программа Лицензионного маркетплейса\***

12:00—14:00 **Бренд-сессия от звезд АБКР**  
**БРЕНДИНГ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ 2.0: ЧТО ДОЛЖЕН**  
**ЗНАТЬ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ, ЧТОБЫ ЗАВОЕВАТЬ**  
**СЕРДЦА ДЕТЕЙ?**

**Спикеры:**

— **Звезды Ассоциации брендинговых**  
**компаний России**

14:15—17:00 **Бренд-практикум от Trout & Partners**  
**ПУТЬ ОТ ТОРГОВОЙ МАРКИ К БРЕНДУ: СТРАТЕГИИ**  
**КОНКУРЕНТНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ**

**Спикеры:**

— **Евгений Кадушин**, управляющий партнер,  
Trout & Partners

— **Вадим Ширяев**, международный бизнес-эксперт  
по стратегиям развития, управлению маркетингом  
и продажами, управлению знаниями и инновациям.  
Официальный представитель в России Knowledge  
Associates International. Партнер Trout & Partners  
Russia

## 25 сентября 2019 г.

**Павильон 2, Синий зал**

**Программа XVII Всероссийского торгового форума**  
**«Поставщик детских товаров»\***

10:30—12:00 **Круглые столы**

**ТРИ ГЛАВНЫХ ВОПРОСА НА ТРЕХ СТАДИЯХ**  
**РАБОТЫ С СЕТЬЮ: КАК ПОПАСТЬ НА ПОЛКУ, КАК**  
**ПРОДАВАТЬСЯ С ПОЛКИ, КАК СОТРУДНИЧАТЬ**  
**ПРИБЫЛЬНО?**

— **Круглый стол № 1**

Попасть коммерческим предложением в яблочко:  
как сделать точный выстрел в незакрытые задачи  
ассортимента?

— **Круглый стол № 2**

Промо как проводник «в корзину» покупателя:  
как согласовать с сетью экономически выгодное  
для поставщика промо?

— **Круглый стол № 3**

Методы повышения цены в сетях в условиях  
растущей себестоимости

**Конгресс-центр, пресс-зал**

**Программа Всероссийского торгового форума**  
**«Поставщик в сети»\***

10:00—11:00 **Фокус-сессия**

**РЫНОК FMCG-РЕТЕЙЛА 2019-2020: КАК МЕНЯЮТСЯ СЕТИ**  
**И ИХ ЗАПРОСЫ В ОТВЕТ НА ПОТРЕБНОСТИ ПОКУПАТЕЛЯ?**

**Ключевые темы:**

— *Влиятельные тренды в предпочтениях*  
*«законодателя моды» на розничном рынке:*  
*за какие товары и форматы торговли голосует*  
*кошельком поколение Y?*

— *Поисковый запрос сетей: какие категории*  
*особенно активно ищут ретейлеры*  
*на сегодняшний день?*

— *Динамика онлайн-продаж по категориям*  
*и покупательское поведение в интернете*  
*в сфере FMCG*

— *Интернет-магазины крупных розничных сетей:*  
*какие food/non-food товары могут попасть*  
*на виртуальную полку, даже если не представлены*  
*на офлайн-полке сети?*

— *Острые вопросы сетям об оспаривании*  
*штрафов, повышении закупочной цены,*  
*незапланированных промо*

**Модератор:**

— **Алексей Павлык**, независимый эксперт

**Спикеры:**

— **Виктория Давитаиа**, директор по работе  
с ретейл-клиентами, GfK Rus

— **Любовь Завода**, руководитель группы категорий,  
«О'Кей»

— **Евгений Медовый**, федеральный менеджер  
по закупкам, «Хороший Выбор»

— **Александра Нямина**, категорийный директор,  
«Перекресток» (X5 Retail Group)

— **Ольга Москвичева**, директор FMCG-категорий, Ozon

11:30—13:00 **Кейс-сессия**

**КЕЙС № 1: ВЫВОД НОВОГО ПРОДУКТА НА ПОЛКУ СЕТИ:**  
**КАК ПРОБИТЬ СТЕНУ ИЗ ВОЗРАЖЕНИЙ ЗАКУПЩИКА?**

**Спикеры:**

— **Оксана Сальникова**, эксперт, бизнес-тренер, кон-  
салтинговая группа «ВсеПроСети»

— **Александр Пичугин**, сооснователь, коммуникаци-  
онное агентство MASLO MEDIA

**КЕЙС № 2: СОТРУДНИЧЕСТВО С РАСТУЩИМ ОНЛАЙН-**  
**КАНАЛОМ: КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ**  
**ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ПРОДАЖ ВАШЕГО ТОВАРА?**

**Спикеры:**

— **Мстислав Воскресенский**, управляющий пар-  
тнер, «Директфуд»

— **Илья Кельцев**, директор по развитию бизнеса в  
сфере электронной коммерции, Unilever

**КЕЙС № 3: ВАШ АЛГОРИТМ ВХОДА В СЕТЬ НА ОСНОВЕ**  
**АНАЛИЗА ПОЛКИ В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ**

**Спикер:**

— **Сергей Лищук**, управляющий партнер, Retail4you

Конгресс-центр, зал «Стеклоанный купол»

## Программа Форума производителей и ретейлеров «Собственная торговая марка - 2020»

10:00—11:00 Аналитическая сессия:

### СТМ В ДЕТАЛЯХ: СВЕЖАЯ АНАЛИТИКА О РАЗВИТИИ РЫНКА СТМ В 2020 ГОДУ

#### Ключевые темы:

- Анализ развития СТМ в food и non-food категориях: детские товары, бакалея, мясомолочная, кондитерская продукция, средства личной гигиены и др.
- Стратегии российских розничных сетей в контексте общемировых трендов СТМ
- НОВИНКА: как производителю СТМ food и non-food категорий заработать в канале NoReCa в 2020 году?
- Стратегические изменения в поведении покупателей СТМ в 2019 году: «черный список» товаров, которые приносят одни убытки производителям и сетям
- Результаты исследования новых СТМ-продуктов, выпущенных на российский рынок в 2018-2019 гг.
- Конкурентный анализ рынка производителей СТМ в food, non-food, DIY-сегментах

11:30—13:00 Матчмейкинг-сессия:

### ОТКРОВЕННЫЙ РАЗГОВОР О ТОНКОСТЯХ РАБОТЫ С СТМ. ЗНАКОМИМСЯ И ОБСУЖДАЕМ

#### Ключевые темы:

- Разбор основных ошибок по составлению КП для закупщика СТМ
- Рабочие отбивки самых жестких возражений закупщика СТМ

Павильон 2, зал 1

## III Всероссийский форум «Рынок лицензионных детских товаров»

12:00—17:00 Пленарная сессия:

### ЭМОЦИИ В ДЕНЬГИ: КАК КОНВЕРТИРОВАТЬ РАСТУЩИЙ ТРЕНД МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ В УСПЕХ ВАШЕЙ КОМПАНИИ?

#### Спикеры:

- **Ирина Мастусова**, исполнительный директор, Ассоциация анимационного кино
- **Ксения Гордиенко**, директор анимации, «СТС Медиа»
- **Валентина Курсанова**, директор по развитию бизнеса и лицензированию, 0+ Media
- **Роман Федотов**, директор, Ассоциация «ОЛИМП»
- **Мария Ванифатова**, генеральный директор, NPD Group Russia
- **Юлия Верлина**, директор по исследованиям, MOMRI

Павильон «Форум», Южный зал

13:00—17:00 Центр Закупок Сетей™ по детским товарам  
**ПРЯМЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ С ЗАКУПЩИКАМИ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ**

Павильон «Форум», зал «Западный»

14:00—18:00 Центр Закупок Сетей™ FMCG  
**ПРЯМЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ С ЗАКУПЩИКАМИ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ**

14:00—18:00 Центр Закупок Сетей™ FMCG: СТМ  
**ПРЯМЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ С ЗАКУПЩИКАМИ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ**

## 26 сентября 2019 г.

Павильон 2, зал 1

## Программа Всероссийской конференции ретейлеров «Формула успеха детского магазина»\*

11:00—12:00 Стратегическая сессия  
**СПРОС ВАМ НЕ ИГРУШКИ: КАК ПОБЕДИТЬ СОПЕРНИКОВ В БОРЬБЕ ЗА ПОКУПАТЕЛЯ?**

#### Ключевые темы:

- Динамика развития каналов продаж на рынке детских товаров. Какие форматы растут, а какие теряют популярность?
- Не такой, как все: как определить свою стратегию позиционирования и отстроиться от конкурентов?
- Лучшие концепции детского магазина: выбираем, что подойдет именно вашим торговым точкам
- Какое оформление вывески, витрины и входной группы магазина увеличит входящий поток покупателей в 2019 году? Тренды, идеи, правила
- Торговый центр или стрит-ретейл? Определяем потенциал торговой точки
- В ногу со временем: как модернизировать детский магазин без серьезных вложений?

#### Планируемые спикеры:

- **Александр Шубин**, управляющий партнер, myRetailStrategy, руководитель практики бизнес-моделей розничных компаний, эксперт в области розничного ценообразования
- **Наталья Антонова**, директор, центр «МАКСИМУМ»; эксперт-новатор, служба «Профессиональная розница»
- **Татьяна Фокина**, руководитель отдела развития и продаж, рекламно-производственная компания «ИНФИНИТИ»
- **Елена Письменская**, генеральный директор, консалтинговое агентство Kids Fashion Retail
- Представитель компании **GfK Rus**

12:20—13:30 **Фокус-сессия**

**«И ТОГО, И ДРУГОГО. И МОЖНО БЕЗ ХЛЕБА»:  
ФОРМИРУЕМ ОПТИМАЛЬНУЮ ТОВАРНУЮ МАТРИЦУ**

**Ключевые темы:**

- *Топ-5 ошибок при формировании ассортимента детского магазина, которые ведут к потере прибыли*
- *Нерушимые правила управления товарной матрицей: глубина ассортимента, соотношение ценовых категорий, распределение полочного пространства*
- *Развитие ассортиментных категорий детских товаров на основе анализа конкурентов*
- *Критерии для выведения товаров из ассортимента: что учесть, чтобы грамотно оптимизировать товарную матрицу?*

**Ведущая:**

— **Екатерина Бузукова**, независимый консультант по вопросам управления ассортиментом, бизнес-тренер. Имеет более 450 корпоративных клиентов: сети супермаркетов Spar, «Азбука Вкуса», «Алые Паруса», региональные сети «Молния», «Монетка», «Титан», «Семья» и многие другие

13:50—14:50 **Фокус-сессия**

**«Я НЕ ЖАДНЫЙ, Я ДОМОВИТЫЙ»: КАК И ГДЕ  
ИЗБЕЖАТЬ ПОТЕРИ ПРИБЫЛИ?**

**Ключевые темы:**

- *Методы повышения отдачи с квадратного метра розничного магазина*
- *Создание профессионального света в детском магазине: как превратить освещение в лучшее преимущество менеджера по продажам?*
- *Увеличиваем доход детского магазина с помощью анализа посещаемости и структуры чека*
- *Новые технологии в ретейле. Автоматизация процессов в детских розничных магазинах*

**Планируемые спикеры:**

- **Георгий Перельман**, директор, Perelman Group
- **Любовь Горбунова**, старший партнер, «ШАГ Консалтинг»
- **Михаил Гусманов**, основатель компании, New Light Technology. Эксперт в области освещения для ретейла

15:30—16:30 **Практикум**

**«ТЫ ЗАХОДИ, ЕСЛИ ЧТО»: СОЗДАЕМ ПРОГРАММУ  
ЛОЯЛЬНОСТИ РОЗНИЧНОГО МАГАЗИНА**

**Ключевые темы:**

- *Варианты работающих программ лояльности для магазина детских товаров*
- *Уходим от промо: чем заменить бесконечные скидки и не потерять в продажах?*
- *Что делать, чтобы случайный гость стал постоянным покупателем: эффективные инструменты удержания потребителей*
- *Методы персонализации для повышения продаж детских товаров и вовлеченности покупателей*

**Ведущая:**

— **Ирина Бондарук**, независимый эксперт в области организации розничного бизнеса с 15-летним опытом работы в сфере закупок и маркетинга в крупнейших розничных сетях: «Ашан», X5 Retail Group, ГК «Виктория» (ГК «Дикси»), «Авоська», «Евророс»; член ECR Rus, бизнес-тренер в области управления ассортиментом, категориального менеджмента, трейд-маркетинга

16:50—18:00 **Мастер-класс по интернет-продвижению**

**СВОИ ДОМА СИДЯТ: СИСТЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ  
И ПРОДАЖ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТЕ**

**Ключевые темы:**

- *Старт-ап интернет-магазина: как сделать так, чтобы покупатель выбрал ваш онлайн-магазин среди тысяч аналогичных?*
- *Как избежать ненужных расходов?*
- *Что нужно учесть, чтобы эффективно провести рекламную кампанию детского магазина в социальных сетях? Определяем бюджет и методы продвижения*
- *Связываем онлайн- и офлайн-каналы продаж: как получить максимальную прибыль?*

**Планируемые спикеры:**

- **Ольга Тесля**, генеральный директор, «Олант»
- **Артём Ушаков**, руководитель партнерской программы, Kokos Group

**Павильон 2, зал 1**

**Программа мастер-класса Екатерины Богачёвой  
«Идеальный магазин детских товаров:  
4 столпа роста продаж»\***

11:00—12:00 **Столп 1. НЕМАТЕРИАЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ:**

**КАК ПРЕВРАТИТЬ ПЕРСОНАЛ МАГАЗИНА В КОМАНДУ  
МЕЧТЫ БЕЗ ЗАТРАТ?**

**Ключевые темы:**

- *Пропасть между тем, что знает наука и делает бизнес: почему материальное вознаграждение снижает производительность труда? Что делать?*
- *За счет чего можно повысить мотивацию персонала, не повышая зарплату? Новые идеи, которые подходят небольшим компаниям*
- *Какие действия повышают эффективность работы сотрудника, а какие - его лояльность?*
- *Кадровые группы и их мотиваторы. Поколение Y и Z - как мотивировать?*

12:30—13:30 **Столп 2. МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА**

**ДЛЯ МАГАЗИНА ДЕТСКИХ ТОВАРОВ: КАК ПРИВЛЕЧЬ  
И УДЕРЖАТЬ ПОКУПАТЕЛЯ?**

**Ключевые темы:**

- *Если ваш покупатель - это мама 25-35 лет со средним доходом, вы ничего не знаете о своих покупателях. Нестандартные и точные методы изучения целевой аудитории*

— Как потребитель выбирает магазин для покупок детских товаров? Как сделать процесс покупки приятным для родителей и детей, чтобы к вам вернулись и не раз?

— Применение принципов нейромаркетинга в магазине детских товаров. Нейромаркетинговые ценники и рекламные материалы внутри торгового зала, которые дают прирост продаж на 5-17 %

— Кейсы переделанных магазинов до и после. Что конкретно привело к увеличению продаж более чем на 200 %?

14:30—16:00 **Стоп 3. АССОРТИМЕНТНАЯ ПОЛИТИКА КАК СТРАТЕГИЯ УВЕЛИЧЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ**

**Ключевые темы:**

— Как формировать ассортимент, чтобы получить конкурентное преимущество перед федеральными сетями?

— ABC-анализ и оптимизация ассортимента детских товаров. Принципы формирования топ-100 товаров, образующих костяк вашей товарной матрицы

— Как избежать ценовой конкуренции с крупными сетями?

— Как, сохраняя наценку от 100 %, сделать так, чтобы покупатель думал, что у вас низкие цены?

— Фактор сезонности в ассортименте детских товаров: как использовать правило 20/80?

16:30—17:30 **Стоп 4. ЗОЛОТЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ МЕРЧАНДАЙЗИНГА: КАК ПОВЫСИТЬ ТРАФИК ПОКУПАТЕЛЕЙ И СРЕДНИЙ ЧЕК?**

**Ключевые темы:**

— Правильное оформление витрин и фасада, которое не даст пройти мимо вашего магазина

— Планировка и оборудование: как заставить магазин работать на 100 %?

— Правило разбивки длинных линий, видимость движения товара, линия благоприятного впечатления и еще 20+ правил визуального мерчандайзинга детских товаров, повышающих продажи

— Зональное расположение групп товаров. Правила расположения товара на полках. Примеры эффективной выкладки детской одежды, игрушек, канцтоваров

— Основной стимул купить больше: зашел за носочками, подошел к кассе с полной корзиной. Как разместить детские товары для эффективного взаимопродвижения?

— Цветовая гамма торгового зала и ее влияние на взрослую и детскую аудиторию

17:30—18:00 **РАЗБОР ФОТОГРАФИЙ И ПЛАНГРАММ УЧАСТНИКОВ**

**Автор и ведущая мастер-класса:**

— **Екатерина Богачёва**, консультант в области розничной торговли и мерчандайзинга в России, Прибалтике и СНГ, основательница «Академии мерчандайзинга»

**\*В программе возможны изменения**