

26 февраля 2020 года в рамках выставки «СJF – Детская мода-2020» состоится семинар Киры и Рубена Канаян «Золотая кладовая мерчандайзинга магазинов детских товаров, одежды и обуви»

Программа семинара 26 февраля 2019 г, 11.00–18.00

11.00–12.00 Блок №1. Место и формат магазина

Ключевые темы:

- Как будут меняться города и территории, и какое место будет занимать торговля в них
- Стратегия развития и территориального охвата. Открытие новых точек
- Методика анализа рынка детских товаров и оценки локации. Требования к торговой зоне, трафику покупателей и другие факторы (на примерах магазинов различных форматов)
- Торговый центр или стрит-ритейл? Методика оценки торговых центров и выбора места в них. Особенности работы магазина в составе ТЦ
- Почему детский ритейл не может зайти на те площадки, на которые хотят. Как это исправить
- Методика расчета доли рынка детских товаров, составления прогноза продаж в новом магазине
- Когда нужно закрывать магазин и избавляться от балласта неперспективных локаций
- Актуален ли существующий формат, как это оценить (показатели)
- Новое на рынке форматов детского ритейла в России и за рубежом
- Развитие форматов в детском ритейле
- Услуги в магазине. Торговые площади в будущем сократятся, что займет их место? Как определить оптимальный размер площади и отдачу с метра розничного магазина
- Фирменная розница производителей детских товаров
- Модные, но короткоживущие фишки и долгосрочные тенденции – как отличить?
- Разработка/уточнение параметров формата: какие исследования и цифры необходимы
-

12.00–12.15 Кофе-брейк. Свободное общение со спикерами

12.15–14.00 Блок №2. Ассортимент

Ключевые темы:

- Стратегия управления ассортиментом в офлайн-торговле и комбинированных форматах
- Формирование ассортимента магазина детских товаров и структуры каждой товарной категории. Как определить необходимую глубину ассортимента

- Как эффективно провести маркетинговое исследование для изучения спроса
- Как вводить детские товары в ассортимент
- Какие товары выводить, уценивать, распродавать
- Как выбирать и эффективно использовать программное обеспечение для анализа

14.00–14.45 Ланч. Свободное общение со спикерами

14.45–15.45 Блок №3. Управление атмосферой магазина. Управление площадями

Ключевые темы:

- Компоненты атмосферы
- Технологии нейромаркетинга в торговле
- Когда магазину необходим рестайлинг
- Цвет и свет в магазине: создаем среду
- Акценты: привлекаем внимание, выделяем места в торговом зале и товары на полках. Виды акцентов и примеры их применения
- Оформление входной и прикассовой зоны, мест для новинок, промозон
- Атмосфера в примерочных детской одежды и клиентских зонах (для комбинированных форматов онлайн и офлайн-торговли)
- Современные POS-материалы
- Торговый зал магазина: зонирование, планировка, эффективная организация торгового пространства
- Методика управления торговыми площадями и полками
- Распределение места на основе анализа ассортимента и потенциала продаж. Расчет нормативов места для товаров
- Подбор оптимального торгового оборудования
- Стандарты и планограммы. Нужно ли специальное программное обеспечение, как его использовать. Планограммы собственными силами

15.45–16.00 Кофе-брейк. Свободное общение со спикерами

16.00–17.15 Блок №4. Презентация товара и стимулирование продаж

Ключевые темы:

- Современный мерчандайзинг и новинки
- Особенности расположения товаров и торговых марок в магазинах детских товаров
- Принципы компоновки товаров в основной точке продажи и на промоместах
- Оформление витрин
- Продвижение детского магазина. Что больше всего «цепляет» современных покупателей
- Ценовые и неценовые методы продвижения товаров. Как правильно использовать эти инструменты

- Работа с сезонными товарами, остатками и неликвидами
- Специальные акции: подготовка, проведение, оценка результативности акций

17.15–18.00

Работа над ошибками. Разбор кейсов и присланных фотографий магазинов

*Организаторы оставляют за собой право вносить изменения в тематику семинара. Организаторы не несут ответственность за отмену семинара в связи с форс-мажорными обстоятельствами, по причине болезни, незапланированной командировки, внезапных семейных обстоятельств у докладчика и др.



– выступления гуру консалтинга и маркетинга из серии Звезды Российского Консалтинга™.

*Организаторы оставляют за собой право вносить изменения в тематику доклада.