

**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 поведения 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.



11:00 – 14:00

**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.



**Екатерина Лаврова**, руководитель отдела SMM Ingate

Дзен и Промостраницы – как продвигаться в новых условиях. Пульс от VK Group – возможности площадки. Как расшевелить аудиторию ВКонтакте. Как заставить контент из Нельзязграма 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.



14:00 – 14:30

**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»



14:30 – 15:00

**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.**



15:00 – 15:30

**Итоги первого полугодия и приоритеты развития категории Household на Ozon**

**Ирина Лихонкина**, руководитель группы категории товары для дома



15:30 – 16:00

**Как выйти на маркетплейс Ozon? Особенности выхода, работа с контентом.**

**Александра Никонова**, старший менеджер по привлечению ключевых партнеров



---

**Секция 4.**



16:00 – 16:30

**«Возможности Маркета для производителей и продавцов» или «Экосистема Яндекса как инструмент роста продаж»**

**Дмитрий Иодловский**, категорийный менеджер Яндекс Маркет



16:30 – 17:30

**Работа с маркетплейсами**

- Как вывести аусайдера 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 – 11:30 **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](#)