

<b>19 июня</b>	
09:00 – 09:45	Регистрация. Приветственный кофе
09:45 – 10:00	Вступительное слово организаторов и партнеров
10:00 – 10:45	<b>ЭКОНОМИКА РОССИИ: КАК ГЛОБАЛЬНЫЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ СКАЖУТСЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЕ И РЫНКЕ FMCG</b>
10:45 – 11:00	Перерыв на кофе
11:00 – 13:00	<b>СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ: ПОРТРЕТ, ПРИВЫЧКИ, НОВЫЕ ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Диверсификация моделей покупательского поведения и новые принципы навигации на рынке ритейла в условиях инфляции</li> <li>• Ожидания и потребности новых групп аудиторий, формирование лояльности, работа с брендом и поиск перспективных ниш для развития бизнеса</li> <li>• Факторы, влияющие на стратегии игроков: от хайпа до долгосрочных сдвигов на рынке</li> </ul> <p><b>Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен</b></p>
13:00 – 14:00	ОБЕД
14:00 – 15:00	<b>ГДЕ ПОТРЕБИТЕЛЬ БЫВАЕТ ЧАЩЕ ВСЕГО: ОНЛАЙН-РЫНОК – ТРЕНДЫ, ДРАЙВЕРЫ, ОЖИДАНИЯ И НАСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зрелый рынок: от экспансии к органическому росту — что стоит за замедлением развития канала и где искать источники дальнейшего роста?</li> <li>• Эволюция потребительских предпочтений: товары, доставка, персонализация, акции и новые форматы продаж</li> <li>• Маркетплейсы и покупатель: ключевые тренды и цифры</li> </ul> <p><b>Константин Локтев, Исполнительный директор Нильсен</b></p>
15:00 – 15:20	Перерыв на кофе
15:20 – 16:20	<b>ГОНКА АССОРТИМЕНТА: НОВИНКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, СТМ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Что происходит с ассортиментом в 2025 году: категории товаров, каналы продаж и ключевые тренды</li> <li>• Развивающиеся ниши и успешные запуски: аналитика продаж, тактика и стратегия игроков</li> <li>• СТМ против брендов: что важно знать о новой волне развития сегмента частных марок ритейлеров — позиционирование, ожидания покупателей, эффективность</li> </ul> <p><b>Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен</b></p>
16:30 – 19:30	Фуршет, нетворкинг, развлекательная программа

<b>20 июня</b>	
<b>09:00 – 10:00</b>	<b>Регистрация. Приветственный кофе</b>
<b>10:00 – 10:45</b>	<b>БУДУЩЕЕ РИТЕЙЛА В РОССИИ</b>
<b>10:45 – 11:00</b>	<b>Перерыв на кофе</b>
<b>11:00 – 12:00</b>	<b>БРЕНДИНГ И ДИЗАЙН УПАКОВКИ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегическое мышление бизнеса в период нестабильности. Новые стратегии в FMCG</li> <li>• Дизайн-стратегии в упаковке. Реальный опыт</li> <li>• Психология потребителя. Практика применения навыков</li> <li>• Архитектура бренда. Как управлять портфелями торговых марок?</li> </ul>
<b>12:00 – 13:30</b>	<b>КАК УПРАВЛЯТЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТЬЮ – ТЕОРИЯ РОЛЕЙ КАТЕГОРИЙ И БАЗОВЫЕ НАВЫКИ ПОСТРОЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ, ЦЕНОВОЙ И ПОЛОЧНОЙ ПОЛИТИКИ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Теория ролей категорий и способы проверки выполнения категориями своих ролей</li> <li>• Дерево принятия решений или иерархия потребностей как основа построения ассортиментной матрицы и как производитель может воспользоваться знанием ДПР</li> <li>• Ценообразование в категории в зависимости от ее роли и чего производитель может ожидать от ритейлера</li> </ul> <p><b>Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен</b></p>
<b>13:30 – 14:30</b>	<b>ОБЕД</b>
<b>14:30 – 16:00</b>	<b>КАК ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ ЦЕНАМИ И ПРОМО, ОРИЕНТИРУЯСЬ НА ОЖИДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Новые психологические пороги цен и эффективность ценообразования — что важно знать?</li> <li>• Механики продвижения: что привлекает покупателя, как устроено промо в 2025 году, аналитика эластичностей</li> <li>• Какими данными пользоваться, чтобы сформировать эффективную промостратегию?</li> </ul> <p><b>Максим Востряков, Руководитель направления продаж аналитических сервисов Нильсен</b></p>
<b>16:00 – 16:15</b>	<b>Перерыв</b>
<b>16:15 – 17:45</b>	<b>ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ РИТЕЙЛ-СЕТЕЙ</b>
<b>17:45 – 18:30</b>	<b>Нетворкинг за бокалом шампанского</b>