

18 июня

VIP-ЭКСКУРСИЯ НА ВЫСТАВКУ ROSUPACK

	В нулевой день все делегаты получают возможность принять участие в эксклюзивной VIP-экскурсии по выставке RosUpack, самому крупному событию упаковочной индустрии в России. Делегаты смогут ознакомиться с лучшими упаковочными и печатными решениями, которые помогут выделиться брендам на полках в сетевой рознице и привлечь внимание покупателей.
10:30 – 11:00	Сбор участников в отеле Lotte. Регистрация
12:00 – 13:00	На выставке RosUpack участники экскурсии посетят стенды компаний NEOPOLIS, СФТ Групп, ООО ПКФ "Атлантик-Пак", Павлово-Посадский Гофрокомбинат, NOVAROLL
14:00 – 16:00	Обед и нетворкинг в ресторане Shore House , расположенном в живописном месте на берегу Москва-реки. Мероприятие даст возможность наладить контакты, установить новые партнерства и обменяться мнениями с коллегами в комфортной неформальной обстановке.

19 июня

09:00 – 09:30	Регистрация. Приветственный кофе
09:30 – 09:45	Вступительное слово организаторов и партнеров

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ОБЗОР. ВЛИЯНИЕ ДОХОДОВ, ЗАНЯТОСТИ И УРОВНЯ ЖИЗНИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС В РЕГИОНАХ РОССИИ

09:45 – 10:30	<ul style="list-style-type: none"> Как уровень доходов населения влияет на покупательскую способность и формирует потребительские привычки Влияние уровня занятости на экономическую уверенность граждан и их готовность тратить Региональные различия: анализ факторов, определяющих уровень жизни. Как социальные и культурные аспекты формируют потребительские предпочтения в регионах Экономика в условиях неопределенности: как кризисы и экономические изменения влияют на поведение потребителей и их ожидания Будущее потребления в России: прогнозы о том, как изменения в доходах и занятости будут формировать рынок в ближайшие годы <p>Наталья Зубаревич, экономико-географ, специалист в области социально-экономического развития регионов, социальной и политической географии. Доктор географических наук.</p>
---------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

РИТЕЙЛ 2025. СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ В НОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

10:30 – 12:00	<ul style="list-style-type: none"> Как торговые сети пересматривают операционные модели на фоне давления со стороны макроэкономических факторов и снижения потребительского спроса, а также конкуренции с лидирующими маркетплейсами Какие технологии в ритейле дают ощутимый эффект уже сегодня, и как компании определяют приоритеты в цифровых инвестициях Каким становится ассортимент в условиях высокой чувствительности потребителя к цене и роста значимости локального предложения, где границы доли развития СТМ в каждой категории? Процесс переформатирования категорий после тектонических сдвигов в 2022 году — он закончен или процесс перманентный и будет продолжаться? EDLP EDPP — стратегия: сильные и слабые стороны модели, для каких категорий наиболее эффективно, для каких более актуальна модель High Low ? Как меняется подход к омниканальности, и в чем заключается новая логика интеграции онлайн - и офлайн-каналов Что меняется в партнёрстве с поставщиками, и как выстраивается совместная работа над эффективностью и спросом. Смещение фокуса с продукта на конечного потребителя. Конференции для поставщиков от топ ритейлеров — эффективный инструмент? Какие конкретные новые управленческие решения помогают ритейлу быть гибким и устойчивым в быстро меняющемся окружении? Среднесрочные и долгосрочные перспективы решения кадрового вопроса в отрасли? Какова ваша собственная стратегия по преодолению кадрового дефицита? <p>Модератор: Кирилл Терещенко, генеральный директор, KOTANYI</p> <p>Спикеры: Ася Балабай, коммерческий директор, Ашан Дмитрий Пачин, коммерческий директор, О'Кей Виталий Вальков, коммерческий директор, Лента Приглашены: топ-менеджеры ритейл-сетей Пятерочка, Перекресток, Магнит, Метро СС, Окей, Азбука Вкуса, Верный, Дикси</p>
11:45 – 12:00	Перерыв на кофе

СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ: ПОРТРЕТ, ПРИВЫЧКИ, НОВЫЕ ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА

12:00 – 13:00	<ul style="list-style-type: none"> Диверсификация моделей покупательского поведения и новые принципы навигации на рынке ритейла в условиях инфляции Ожидания и потребности новых групп аудиторий, формирование лояльности, работа с брендом и поиск перспективных ниш для развития бизнеса Факторы, влияющие на стратегии игроков: от хайпа до долгосрочных сдвигов на рынке <p>Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен</p>
13:00 – 14:00	Обед

ГДЕ ПОТРЕБИТЕЛЬ БЫВАЕТ ЧАЩЕ ВСЕГО: ОНЛАЙН-РЫНОК – ТРЕНДЫ, ДРАЙВЕРЫ, ОЖИДАНИЯ И НАСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

14.00 – 15:00	<ul style="list-style-type: none"> Зрелый рынок: от экспансии к органическому росту — что стоит за замедлением развития канала и где искать источники дальнейшего роста? Эволюция потребительских предпочтений: товары, доставка, персонализация, акции и новые форматы продаж Маркетплейсы и покупатель: ключевые тренды и цифры <p>Константин Локтев, Исполнительный директор Нильсен</p>
15:00 – 15:20	Перерыв на кофе

ГОНКА АССОРТИМЕНТА: НОВИНКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, СТМ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ	
15.20 – 16.20	<ul style="list-style-type: none"> Что происходит с ассортиментом в 2025 году: категории товаров, каналы продаж и ключевые тренды Развивающиеся ниши и успешные запуски: аналитика продаж, тактика и стратегия игроков СТМ против брендов: что важно знать о новой волне развития сегмента частных марок ритейлеров — позиционирование, ожидания покупателей, эффективность <p>Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен</p>
16.30 – 19.30	Фуршет, нетворкинг, развлекательная программа
20 июня	
09.00 – 09.30	Регистрация. Приветственный кофе
КАК НАЙТИ ПОДХОД К РУКОВОДИТЕЛЮ РИТЕЙЛ СЕТИ	
09.30 – 10.15	<ul style="list-style-type: none"> Психология продаж: что действительно нужно сотрудникам компаний клиентов-ритейлеров Подбор спроса на B2B-рынке Метод сбора и анализа данных для продажи в B2B <p>Илья Балахнин, генеральный директор Paper Planes Работал с: Мираторг, Агромир, Агркультура, Pepsi, Coca-Cola, MARS, Borjomi, Кондитерские фабрики Морозова, Dr Corner</p>
БРЕНДИНГ И ДИЗАЙН УПАКОВКИ: КАК УЛУЧШИТЬ ШАНСЫ ПРОДУКТА НА ПОПАДАНИЕ В РИТЕЙЛ-СЕТЬ?	
10.15 – 11.00	<ul style="list-style-type: none"> Примеры успешных и неудачных упаковочных решений для брендов Рекомендации по развитию и диверсификации ассортимента упаковки Тренды и инновации в дизайне и функционале упаковки Влияние упаковки на поведение и восприятие потребителей <p>Андрей Кожанов, управляющий партнер Высшей Школы Брендинга</p>
КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ ДЛЯ СОЗДАНИЯ УСПЕШНОГО БРЕНДА	
11.00 – 11.45	<ul style="list-style-type: none"> Цифровые двойники: как создать клиента, с которым можно советоваться Как получать информацию о клиентах в реальном времени Продукт, который нужен, а не "который мы придумали" ИИ как личный тренер для отдела продаж ИИ как твой персональный футуролог Алгоритмы быстрого внедрения <p>Мария Зарубкина, директор по стратегии лаборатории стратегического брендинга deepUP Александр Новиков, основатель студии letAi, ex-product marketing в Яндекс, преподаватель магистратуры ВШЭ по ИИ</p>
11.45 – 12.00	Перерыв
КАК УПРАВЛЯТЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТЬЮ – ТЕОРИЯ РОЛЕЙ КАТЕГОРИЙ И БАЗОВЫЕ НАВЫКИ ПОСТРОЕНИЯ АССОРТИМЕНТНОЙ, ЦЕНОВОЙ И ПОЛОЧНОЙ ПОЛИТИКИ	
12.00 – 13.00	<ul style="list-style-type: none"> Теория ролей категорий и способы проверки выполнения категориями своих ролей Дерево принятия решений или иерархия потребностей как основа построения ассортиментной матрицы и как производитель может воспользоваться знанием ДГР Ценообразование в категории в зависимости от ее роли и чего производитель может ожидать от ритейлера <p>Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен</p>
13.00 – 14.00	ОБЕД
КАК ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ ЦЕНАМИ И ПРОМО, ОРИЕНТИРУЯСЬ НА ОЖИДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ	
14.00 – 15.00	<ul style="list-style-type: none"> Новые психологические пороги цен и эффективность ценообразования — что важно знать? Механики продвижения: что привлекает покупателя, как устроено промо в 2025 году, аналитика эластичностей Какими данными пользоваться, чтобы сформировать эффективную промостратегию? <p>Максим Востряков, Руководитель направления продаж аналитических сервисов Нильсен</p>
15.00 – 15.15	Перерыв
ВХОД В СЕТИ. КАК ПОПАСТЬ НА ПОЛКУ РИТЕЙЛЕРА	
15.15 – 16.15	<ul style="list-style-type: none"> Как вывести новый продукт на полку за 90 дней: проверенные стратегии ритейлеров Ошибки в выводе продукта и как их избежать Как начать сотрудничество с ритейлерами в сегменте готовой еды.
КЕЙС СЕССИЯ «ЛУЧШИЕ ПРОДУКТОВЫЕ СТАРТЫ ЗА ГОД»	
16.15 – 17.45	<ul style="list-style-type: none"> Как ритейлеры выбирают продукты для сезонных акций: инсайты изнутри Влияние потребительских трендов на ассортимент: кейсы адаптации Трансформация ритейлера в поставщика <p>Модераторы: Максимиллиан Мусселиус, директор, ECR Елена Воронцова, основатель FoodRetail.club</p> <p>Спикеры: Эсмира Байрамова, руководитель по бренд-менеджменту розничной сети «Магнит»</p>
17.45 – 18.30	Нетворкинг за бокалом шампанского