

ПРОГРАММА
Клуба маркетологов ИДТ 15.09.2022
«Отраслевые балансы на товарных рынках для детей»

Будем говорить о том, какие ниши освободились? Как диверсифицировать ассортиментный портфель? Какие инструменты позволят нарастить продажи?

Форма участия: гибридная, онлайн и офлайн

Место: Москва, ул. Шаболовка д. 26 стр. 4, Высшая школа бизнеса НИУ ВШЭ, аудитория 4309, этаж 3

Тайминг мероприятия:

Нетворкинг в фойе

14:00 – 15:00 - Приветственный кофе, регистрация, знакомство и общение с коллегами, фотографирование.

Деловая программа, аудитория 4214

15:00-15:10 – приветствие модераторов, знакомство с программой и таймингом.

Модераторы:

Антонина Цицулина, президент Ассоциации предприятий индустрии детских товаров.

Татьяна Комиссарова, директор Центра развития компетенций в маркетинге Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ.

Спринт-сессия #1 – Потребительские срезы ценообразования, итоги школьного сезона

На основе исследований потребительского поведения, новые срезы отношения к новым/меняющимся ценам. Итоги школьного сезона

15:10-16:10

Спикеры:

Анастасия Сидорина, директор по работе с клиентами исследовательского холдинга «Ромир».

«Родительская аудитория: новые вектора развития рынка и новые покупательские паттерны»

Андрей Даудрих, руководитель практики социального анализа и консультирования ВЦИОМ.

«Сборы ребенка в школу: траты и стратегии экономии»

Илоанга Ершова, директор по развитию бизнеса fashion-категории Ozon

«Детские товары на OZON: практические советы по наращиванию продаж в товарных категориях «Одежда» и «Канцелярия»



Среди участников дискуссии представители компаний – офлайн-участников встречи: производители детских товаров, в т.ч. одежда, канцелярские товары, игры и игрушки, товары для занятий спортом, товары для гигиены, включая парфюмерию, косметику и бытовую химию.

16:10 – 16:25 – перерыв (общение, кофе)

Спринт-сессия #2 – Телереклама, продвижение в СМИ: увеличиваем маркетинговый бюджет за счет новых мер государственной поддержки маркетинга детских брендов

16:25-17:15

Спикеры:

Майя Москвичева, генеральный директор компании «Мармелад Медиа»
«Как выиграть место на полке, используя ТВ рекламу, и чем могут быть полезны медийные герои».

Наталия Беянина, коммерческий директор «0+ Media»
«Реклама на ТВ для детских товаров. Чек-лист».

Среди участников дискуссии представители компаний – офлайн-участников встречи: производители детских товаров, в т.ч. одежда, канцелярские товары, игры и игрушки, товары для занятий спортом, товары для гигиены, включая парфюмерию, косметику и бытовую химию.

Спринт-сессия #3 – O2O маркетинг: кто и как приводит клиентов из офлайн в онлайн и наоборот? Какие агрегированные данные может использовать производитель для увеличения продаж.

17:15-17:55

Спикеры:

Евгения Тюрина, Head of marketing communications
«Сценарии клиентского опыта в ГК «Детский мир»

Ольга Тесля, со-основатель и генеральный директор компании «Олант»
«Оmnikanальные коммуникации с покупателями. Роль различных каналов в развитии продаж»

Андрей Никулин, продукт-менеджер Segmento
«Изменение ландшафта digital рекламы в 2022: какие инструменты использовать»

Среди участников дискуссии представители компаний – офлайн-участников встречи: производители детских товаров, в т.ч. одежда, канцелярские товары, игры и игрушки, товары для занятий спортом, товары для гигиены, включая парфюмерию, косметику и бытовую химию.

Подведение итогов Клуба.



17:55 -18:40

Выбор темы следующего заседания Клуба маркетологов.

Свободное общение участников встречи.

