

**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 4214, этаж 4

**Тайминг мероприятия:**

**Нетворкинг в фойе**

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

*Угощаем вкуснейшими национальными блюдами – какими именно – узнаете 15 сентября.*

**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».

**Андрей Даудрих**, руководитель практики социального анализа и консультирования ВЦИОМ.

**Илоанга Ершова**, директор по развитию бизнеса fashion-категории Ozon

**Среди участников дискуссии представители компаний – офлайн-участников встречи:**

производители детских товаров, в т.ч. одежда, канцелярские товары, игры и игрушки, товары для занятий спортом, а товары для гигиены, включая парфюмерию, косметику и бытовую химию.



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

**Спринт-сессия #2 – Телереклама, продвижение в СМИ: новые меры государственной поддержки маркетинга детских брендов**

**16:25-17:15**

**Спикеры:**

**Майя Москвичева**, генеральный директор компании «Мармелад Медиа»

**Наталья Беянина**, коммерческий директор «0+ Media»

уточняется, Национальный рекламный альянс\*

**Среди участников дискуссии представители компаний – офлайн-участников встречи:**

производители детских товаров, в т.ч. одежда, канцелярские товары, игры и игрушки, товары для занятий спортом, а 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.**

**17:15-17:45**

**Спикеры:**

**Евгения Тюрина**, Head of marketing communications

**Ольга Тесля**, сооснователь и генеральный директор компании «Олант»

уточняется, АФК\*, МТС\*

**Среди участников дискуссии представители компаний – офлайн-участников встречи:**

производители детских товаров, в т.ч. одежда, канцелярские товары, игры и игрушки, товары для занятий спортом, а товары для гигиены, включая парфюмерию, косметику и бытовую химию.

**Подведение итогов Клуба.**

**17:45 -18:30**

Выбор темы следующего заседания Клуба маркетологов.

Свободное общение участников встречи.

