

ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА МАРКЕТИНГОВОГО ФОРУМА

19 – 20 июня 2019 г.

г. Москва, ул. Годовикова, д. 9, бизнес-центр «Калибр»

Главный секрет форума: Новые реалии в маркетинге и ритейле 2019: модели и инструменты

*Программа опубликована по состоянию на 15.05.2019 г.

Со дня основания Форума программа формируется на основе многолетнего опыта организаторов, доверия профессионального сообщества, компетенций Программного комитета - авторитетных экспертов в сфере маркетинга, лидеров «детского» рынка, а также с учетом отзывов и пожеланий участников предыдущих мероприятий.

Формат форума 2019 года претерпевает кардинальные изменения и проводится в формате Баркемп (англ. BarCamp) – главными организаторами которой являются сами участники, где любой желающий может выступить, предложить тему, спикера или придумать свой необычный формат для общения в рамках заданного направления форума.
Нет зрителей, только участники!

Общая дискуссия строится в контексте цифрового поколения родителей и новых реалий в маркетинге и ритейле.

Индустрия товаров, услуг и сервисов сегодня работает для детей, которые родились после 2000-х годов.

Что мы знаем о них? Поисковик на такой запрос предложит вам следующие утверждения:

-  Они кардинально отличается от других поколений;
-  Они первое, по-настоящему, цифровое поколение и «родились» с гаджетом в руках;
-  Они черпают информацию в онлайн, общаются в социальных сетях и мессенджерах;
-  Они быстро взрослеют.

Можно и далее перечислять особенности этого поколения. Если дети такие особенные, может ли маркетинг использовать привычные модели и алгоритмы, предлагая свои товары и услуги. Насколько глубоко их родители понимают своих детей. Может ли «детский» маркетинг формировать доверие родителей, помогая им общаться, развивать и обучать своих детей.

Основной тезис форума **«Must-have компетенции 2019 г. для работы с современными детьми и их родителями»**. Мы подробно будем обсуждать модели и инструменты нового маркетинга.

19 июня, день первый

10:00 – 11:00 – регистрация, приветственный кофе

11:00 – 12:00 – Аналитическая сессия: СКВОЗНАЯ АНАЛИТИКА, СТАТИСТИКА ПРОДАЖ И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ: ОБЪЕКТИВНОСТЬ, ИЗМЕРИМОСТЬ, ПРИМЕНИМОСТЬ.



**АНТОНИНА
ЦИЦУЛИНА**

президент Ассоциации
предприятий индустрии
детских товаров



МОДЕРАТОР СЕССИИ

Общая дискуссия строится в контексте цифрового поколения родителей и новых реалий в маркетинге и ритейле.



МАРИЯ ВАНИФАТОВА
генеральный директор
The NPD Group Russia



**«ДАННЫЕ РОЗНИЧНОЙ ПАНЕЛИ РОССИЙСКОГО РЫНКА
ИГРУШЕК КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО
ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ»**

Какова динамика рынка, какие продукты растут, насколько это соответствует глобальным трендам, как чувствуют себя продукты в различных ценовых сегментах, как различается структура продаж и темпы роста по каналам.



ВАЛЕРИЯ СОРОКИНА
старший аналитик
Euromonitor International



«ТОВАРЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ: НАСТОЯЩЕЕ И БУДУЩЕЕ»

Какие детские товары в России будут наиболее прибыльными сегментами, даже в условиях усиливающейся конкуренции. Какие технологии и тренды станут ключевыми факторами успеха. И что поможет маркетологам обеспечить релевантность товаров.



**ДМИТРИЙ
БАТЮШЕНКОВ**
директор Департамента
развития продуктов на
больших данных
Платформа ОФД



**«ПОВЫШАЕМ СРЕДНИЙ ЧЕК И ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОДАЖ»**

Как проводить мониторинг брендов и категорий, отраслевые срезы рынка. Как достигать до клиента: таргетированный подход, программы лояльности. Контроль продаж на микро- и макроуровне. Прозрачно. Безопасно

11:00 – 12:00 – Аналитическая сессия: «ДРУГИЕ: ОНИ ТАК БЫСТРО ВЗРОСЛЕЮТ». ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ 2018 И ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ 2019-2020»



МАРИЯ СНИЛО

директор по работе с клиентами
отдела Digital Ad Hoc,



«КОММЬЮНИТИ МАРКЕТИНГ. С ЧЕГО НАЧАТЬ И ЧТО НАДО ЗНАТЬ О СОВРЕМЕННЫХ ДЕТЯХ И МАМАХ ПРИ РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВЫХ АКТИВНОСТЕЙ»

Современные тренды покупательского поведения и главные вызовы для детского ритейла. Что надо знать о современных мамах и детях. С чего начать активацию комьюнити маркетинга. Исследования и знания для роста



ЮЛИЯ БЫЧЕНКО

старший директор по работе с
клиентами ВНТ



«ОТ БРЕНДОВ-УЧИТЕЛЕЙ ДО БРЕНДОВ-ПОМОЩНИКОВ: ЭВОЛЮЦИЯ ДЕТСКОГО МАРКЕТИНГА»

Поговорим о «точках непонимания» между цифровыми детьми и их родителями, где именно родители не успевают за детьми и испытывают беспокойство. О примерах брендов, которые помогают родителям снизить уровень беспокойства, о самоограничениях, которые берут на себя бренды



ФЕРУЗА КОЖАГЕЛЬДИНА

директор по работе с клиентами,
исследовательский холдинг Ромир



«ДИДЖИТАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ. КАК «ПОДКЛЮЧЕННОСТЬ» СОВРЕМЕННЫХ РОДИТЕЛЕЙ И ДЕТЕЙ ВЛИЯЕТ НА ИХ ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ, И ЧТО С ЭТИМ ДЕЛАТЬ»

«Подключенность» потребителей достигла уровня 24/7, при этом входной возраст подключенности снижается с каждым годом. Медиа- и цифровой доступ к современному ребенку стал прямым. При этом также растет и влияние детей на принятие решения о покупке товаров или услуг детского рынка.

13:00 – 14:00 – Аналитическая дискуссия: «ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ: РАЗРУШЕНИЕ МИФОВ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ РЕАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ»



ТАТЬЯНА КОМИССАРОВА

декан Высшей школы
маркетинга и развития
бизнеса



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И
РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА



АЛЕКСЕЙ НЕЗНАНОВ

доцент факультета
компьютерных наук



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

**«ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В МАРКЕТИНГЕ:
РАЗРУШЕНИЕ МИФОВ И СИСТЕМАТИЗАЦИЯ РЕАЛЬНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ»**

Искусственный интеллект (ИИ) - это не только интереснейшая междисциплинарная область исследований, это важнейший драйвер цифровизации и четвертой промышленной революции. Маркетинг – одна из областей, наиболее подверженных цифровой трансформации. Мы рассмотрим, как сейчас трактуют понятие ИИ, что для него является сложными задачами, а что – простыми. Далее рассмотрим примеры как успешных, так и провальных внедрений, причём не только в маркетинге, но и в смежных областях. Особый акцент сделаем на анализе трендов.

OFFLINE:

Детский мир/ Дочки Сыночки/ Олант
Ашан/ Пятерочка/Леонардо

ONLINE:

Маркетплейсы: AliExpress/Tmall/ Озон

14:00 – 15:00 – обеденный перерыв, знакомство с экспозицией

15:00 – 17:00 – Тренинги/мастер-классы: «Компетенции must-have в офлайн и онлайн средах 2019»

Коммуникации:



НАТАЛЬЯ САМОЙЛЕНКО
ex marketing manager Dove & Korkunov
MARS

MARS

«КАК СФОРМИРОВАТЬ ПРОГРАММЫ
ЛОЯЛЬНОСТИ 3.0 (CUSTOMER VALUE
MANAGEMENT)»

Аналитика и разработка продукта:

«Как создать продукт, востребованный потребителем
(cusdev и не только)»

Как использовать знания об опыте потребителя
(customer experience)



ВЛАДИМИР МАЛЮГИН
CEO/Founder
Digital Geeks

Digital Geeks

«ИНСТРУМЕНТЫ
PERFORMANCE-МАРКЕТИНГ
ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ ПРОДАЖ
ДЕТСКИХ ТОВАРОВ»

Какая информация сегодня необходима маркетологу
и как с ней работать (кабинет маркетолога (ПО))

Коммуникации:

Как описать путь клиента (Customer Journey Map)



КАТЕРИНА ГЕРШУНИ
креативный директор детского
центра ABC GYM



«КАК ФОРМИРОВАТЬ
ВПЕЧАТЛЕНИЯ В
ЭКОНОМИКЕ ДЕЙСТВИЙ»

17:15 – 18:00 - Лекция дня



ТАТЬЯНА СЫРЦЕВА
директор по маркетингу ИДС
«Боржоми»



ПРАКТИЧЕСКИЙ КЕЙС:
«ОСВОЕНИЕ ДЕТСКОЙ ГАЛАКТИКИ»

«Святой Источник» получил награду премии Effie Awards – главной мировой награды за эффективность в маркетинге. Проект «Освоение детской галактики» был отмечен жюри сразу в двух номинациях «Безалкогольные напитки» и «Вклад в общее благо. Социальная ответственность и устойчивое развитие» за серию бутылочек в виде игрушек с любимыми героями детей на упаковке, помогая родителям приобщать детей к здоровому образу жизни благодаря привычке пить достаточное количество воды.

20 июня, день второй

10:00 – 11:00 – регистрация, приветственный кофе

11:00 – 12:30 – Пленарная дискуссия

«МУЛЬТИКАНАЛЬНОЕ ПОКОЛЕНИЕ Z: РАЗВИТИЕ ONLINE-TO-OFFLINE»



**АЛЕКСЕЙ
ВАРЛАМКИН**

ex-коммерческий директор
nonfood сети «О`КЕЙ»



**«ФОРМАТЫ ТОРГОВЛИ И МЕТОДЫ
КОММУНИКАЦИИ С ПОКУПАТЕЛЕМ, КОТОРЫЕ
ВСКОРЕ ПРИДУТ К НАМ С ЗАРУБЕЖНЫХ
РЫНКОВ»**

«Ритейл ищет новые форматы с утроенными усилиями, ибо жизнь ускоряется и то, что ранее занимало 10 лет сейчас занимает 2 года. И что сейчас занимает умы наших коллег в других странах? Какие задачи они себе ставят? Как они себе видят будущее индустрии? Что может произойти и уже начало происходить?»

12:30 – 14:00 – Аналитическая сессия «ПОПУЛЯРНОСТЬ БРЕНДА – УЧИМСЯ ЧИТАТЬ ЦИФРЫ И КОНВЕРТИРУЕМ В ПРОДАЖИ»



НАДЕЖДА ЖУРИНА

практикующий эксперт
рынка детских товаров

МОДЕРАТОР СЕССИИ



ЗАХАР НАЗАРЕНКО

managing director



АЛЕКСАНДР САБЛУКОВ

генеральный директор



КСЕНИЯ ГОРДИЕНКО

директор департамента анимации



ОКСАНА ШОВЫРИНА

руководитель управления аналитики и исследований



14:00 – 15:00 – обеденный перерыв. Знакомство с экспозицией

15:00 – 17:00 – Тренинги/мастер-классы: «КОМПЕТЕНЦИИ MUST-HAVE В ОФЛАЙН И ОНЛАЙН СРЕДАХ 2019»



АНДРЕЙ РЕВЯШКО
IT директор Wildberries



АНДРЕЙ ОСОКИН
директор по маркетингу
GOODS.RU



«КАК ИННОВАЦИИ МЕНЯЮТ ТОЧКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТОМ В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА»

«ГРАМОТНАЯ КОММУНИКАЦИЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ ПРИ ПРОДАЖЕ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ НА МАРКЕТПЛЕЙСЕ»

OFFLINE: Детский мир/ Дочки Сыночки/ Олант

ONLINE:

Ашан/ Пятерочка/Леонардо

Маркетплейсы: AliExpress/Tmall/ Озон

17:00 – 18:00 – Заключительная лекция (большой зал):



ТАТЬЯНА КОМИССАРОВА
декан Высшей школы маркетинга и
развития бизнеса НИУ ВШЭ

«СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК
ДРАЙВЕР ИННОВАЦИЙ В ДЕТСКОМ
МАРКЕТИНГЕ»



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И
РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

20 июня, день второй, вечерняя программа

18:30 – 21:00 – Вечерняя прогулка по Москва-реке, фуршет, networking, чествование маркетологов.



КЛУБ МАРКЕТОЛГОВ

АССОЦИАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ДЕТСКИХ ТОВАРОВ ПРИГЛАШАЕТ!

Посадка на теплоход «Царица Елена» осуществляется с причала «Устьинский мост», ст. метро Китай-город с 19:00 до 19:30. В 19:30 судно отходит от причала (без возможности ожидания опоздавших). Продолжительность прогулки 4 часа. Теплоход причаливает в 23:00 к причалу «Устьинский мост», м. Китай-город