

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 – 10:45

- 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

Наталья Зубаревич, экономико-географ, специалист в области социально-экономического развития регионов, социальной и политической географии. Доктор географических наук.

РИТЕЙЛ 2025.

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ В НОВОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

10:45 – 12:00

- 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 omnicanalности, и в чем заключается новая логика интеграции онлайн - и офлайн-каналов
- Что меняется в партнерстве 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?

Модератор: Кирилл Терещенко, генеральный директор, KOTANYI

Спикеры:

Ася Балабай, коммерческий директор, Ашан

Дмитрий Пачин, коммерческий директор, О'Кей

Виталий Вальков, коммерческий директор, Лента

12:00 – 12:15

Перерыв на кофе

СОВРЕМЕННЫЙ РОССИЙСКИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ:

ПОРТРЕТ, ПРИВЫЧКИ, НОВЫЕ ПОДХОДЫ К СЕГМЕНТАЦИИ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА

12:15 – 13:15

- 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

Марина Волкова, Директор по аналитике и консалтингу Нильсен

13:15 – 14:15

Обед

ГДЕ ПОТРЕБИТЕЛЬ БЫВАЕТ ЧАЩЕ ВСЕГО:

ОНЛАЙН-РЫНОК – ТRENДЫ, ДРАЙВЕРЫ, ОЖИДАНИЯ И НАСТРОЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

14:15 – 15:15

- 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

Константин Локтев, Исполнительный директор Нильсен

15:15 – 15:30

Перерыв

**ГОНКА АССОРТИМЕНТА:
НОВИНКИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ, СТМ ОТ РИТЕЙЛЕРОВ**

15.30 – 16:30

- 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

Светлана Боброва, Директор по продажам Нильсен

16:30 – 19:30

Фуршет, нетворкинг, развлекательная программа

20 июня

09:00 – 09:45

Регистрация. Приветственный кофе

МИФЫ О КОСМИЧЕСКОЙ ЕДЕ

09:45 – 10:30

Сергей Волков, летчик-космонавт РФ, Герой России

КАК НАЙТИ ПОДХОД К РУКОВОДИТЕЛЮ РИТЕЙЛ СЕТИ

10:30 – 11:15

- Психология продаж: что действительно нужно сотрудникам компаний клиентов-ритейлеров
- Подбор спроса на B2B-рынке
- Метод сбора и анализа данных для продажи в B2B

Сергей Худовеков, партнер, совладелец Paper Planes

Работал с: Мираторг, Агромир, Агркультура, Pepsi, Coca-Cola, MARS, Вояжми, Кондитерские фабрики Морозова, Dr Corner

11:15 – 11:30

Перерыв на кофе

**БРЕНДИНГ И ДИЗАЙН УПАКОВКИ:
КАК УЛУЧШИТЬ ШАНСЫ ПРОДУКТА НА ПОПАДАНИЕ В РИТЕЙЛ-СЕТЬ?**

11:30 – 12:15

- 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

Андрей Кожанов, управляющий партнер Высшей Школы Брендинга

**КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ
ДЛЯ СОЗДАНИЯ УСПЕШНОГО БРЕНДА**

12:15 – 13:00

- 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

Мария Зарубкина, директор по стратегии лаборатории стратегического брендинга deepUP
Александр Новиков, основатель студии letAi, ex-product marketing в Яндекс, преподаватель магистратуры ВШЭ по ИИ

13:00 – 14:00

ОБЕД

**КАК УПРАВЛЯТЬ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТЬЮ –
ТЕОРИЯ РОЛЕЙ КАТЕГОРИЙ И БАЗОВЫЕ НАВЫКИ ПОСТРОЕНИЯ
АССОРТИМЕНТНОЙ, ЦЕНОВОЙ И ПОЛОЧНОЙ ПОЛИТИКИ**

14:00 – 15:00

- 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 ДПР
- Ценообразование в категории в зависимости от ее роли и чего производитель может ожидать от ритейлера

Анжелика Тухтаманова, Директор по стратегическим партнерствам Нильсен

**КАК ЭФФЕКТИВНО УПРАВЛЯТЬ ЦЕНАМИ И ПРОМО,
ОРИЕНТИРУЯСЬ НА ОЖИДАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ**

15:00 – 16:00

- 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?

Максим Востряков, Руководитель направления продаж аналитических сервисов Нильсен

16:00 – 16:15

Перерыв

**КЕЙС СЕССИЯ
«ЛУЧШИЕ ПРОДУКТОВЫЕ СТАРТЫ ЗА ГОД. КАК ПОПАСТЬ НА ПОЛКУ РИТЕЙЛЕРА»**

16:15 – 18:00

- 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
- Как ритейлеры выбирают продукты для сезонных акций: инсайты изнутри
- Влияние потребительских трендов на ассортимент: кейсы адаптации

Модераторы:

Максимилиан Мусселиус, директор, ECR

Елена Воронцова, основатель FoodRetail.club

Спикеры:

Эсмира Байрамова, руководитель по бранд-менеджменту розничной сети «Магнит»

Анастасия Кирилова, Руководитель направления Data&Insights, «Магнит»

Полина Елисеева, директор по новому бизнесу Ohmybrand

Максимилиан Маликов, бренд-директор сети гипермаркетов «О'КЕЙ»

Наталия Ларина, руководитель проектов Retail Services

Анастасия Бунина, Руководитель розничных продаж AVON

18:00 – 18:30

Нетворкинг за бокалом шампанского