

20
апреля

FoodMaster & PrivateLabel 17

Главная встреча года в Киеве!
VIII Международная практическая конференция

лучшие бизнес-идеи года
для развития сотрудничества
ритейлера и поставщика

10

КЛЮЧЕВЫХ ВОПРОСОВ КОНФЕРЕНЦИИ:

- Новые стратегии роста ритейлера:
каналы, ниши, инструменты привлечения покупателей?
- Карта местности Food розницы Украины и стран ближнего зарубежья-2017.
Будущее ритейла 2018-2020.
- Госрегулирование отрасли торговли: изменения, возможности, угрозы.
- Знание о покупателях: изменение предпочтений, потребностей.
- Инновации в ритейле, увеличивающие продажи в торговых точках.
- Международный опыт развития ассортиментного портфеля.
Категорийный менеджмент в действии.
- Big data на службе ритейлеров и поставщиков.
- Успешный опыт запуска PrivateLabel сетей и дистрибуторов Европы,
- Как стать инновационной компанией на рынке:
разработка и вывод новых ТМ в сегменте FMCG
- Возможности поставщиков в расширении рынков сбыта.
Экспорт в Европу, Азию, Страны Персидского Залива.



ПАРТНЕРЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

Партнер
гостинности



Партнер
кофе-
брейков



Карьерный
партнер



Генеральный
новостной партнер



Официальный партнер



Информационные
партнеры



Генеральный
информационный партнер



Теле-партнер Конференции



TradeMasterGroup
от профессионализма к мастерству

СПИКЕРЫ ВСТРЕЧИ

(должности указаны на момент выступления)

ТОП 3 ЛУЧШИХ ДОКЛАДЧИКОВ



**Клайв
БУДЖЕР**
(ЛОНДОН)

Мировой гуру брендинга, основатель, генеральный директор SCG LONDON. Среди европейских розничных клиентов: METRO CASH AND CARRY, BAA WORLD DUTY FREE, TESCO, SHELL



Ольга Виславных,
руководитель отдела консалтинга по решениям EDI на российском и украинском рынках COMARCH S.A.



Анна Бондарева,
директор по ассортименту «ДЕКО, Эпицентр-К».



Виталий Брык,
директор стратегического развития компании «NIELSEN» (Украина, Беларусь)



**Анна
ПОБЕРЕЖНАЯ**

партнер «SCG LONDON», отвечает за стратегию развития компании SCG LONDON



Дмитрий Горлин,
директор «POSTAVKI.UA»,
с 2007 г. И по настоящее время -
IT-директор «GLOBAL SPIRITS»



Оксана Дорошенко,
директор «A.S.A. GROUP»



Анатолий Демиденко,
импорт-менеджер
IMPERIA HOLDING



**Дмитрий
ПОТАПЕНКО**

управляющий партнер «MANAGEMENT DEVELOPMENT GROUP INC.», успешный бизнесмен в 5 странах (Бельгия, Чехия, Болгария, Китай, Россия)



Дмитрий Черный,
начальник отдела факторинга
АО «ТАСКОМБАНК»



Ольга Матат,
директор рекламного агентства
«Площадь Эволюции»



Дорота Калowsка,
Золотой спикер конференции
Private-Label-2015,
partner &strategy consultant,
«COBALT SPARK» (Польша)



Виктория Ильченко,
бизнес-аналитик ООО
«Скайлайн Софтвэр» (оператор
распространения программ «1С»
в Украине)



Александр Ильницкий,
руководитель проектов
по развитию «Деливери»



Игорь Стеценко,
заместитель коммерческого
директора hard-non-food
направления «ЭКСПАНСИЯ».
Модератор сессии Private Label
Всекирианской конференции
и FoodMaster&PrivateLabel-2015.

АУДИТОРИЯ КОНФЕРЕНЦИИ

- Для владельцев, генеральных, коммерческих директоров, директоров по развитию, закупкам, СТМ, маркетингу, продажам, персоналу; руководителей, отвечающие за главные аспекты успешной работы РОЗНИЧНОЙ СЕТИ и работу с поставщиками.
- Для владельцев, генеральные директора, коммерческих директоров, руководителей по продажам, маркетингу, национальных и бренд-менеджеров КОМПАНИЙ-ПОСТАВЩИКОВ – КЛЮЧЕВЫХ ПАРТНЕРОВ РИТЕЙЛА.
- Руководителей смежных отраслей (оборудование, инновационные решения, логистика, тара/упаковка, другие решения и услуги для бизнеса).

ПО УРОВНЮ МЕНЕДЖМЕНТА:



ПО СФЕРАМ:



МНЕНИЕ



Виталий Брык,
директор стратегического
развития Nielsen в Украине и
Беларусь

Не секрет, что залогом успеха бизнеса и продаж является потребитель и покупатель. Традиционно производителям и ритейлерам важно понимать, как современный потребитель себя чувствует в условиях кризиса и динамично развивающейся деловой среде. Как потребитель принимает решение о покупке, на что готов тратить деньги, а на чем экономит, где покупает товары, какова миссия покупки и многое другое. Для этого существует исследование предпочтений покупателя и потребителя.

Бизнес не работает по принципу «Поставлю на полку новый товар, а там – как пойдет». Производители и розничные сети контролируют сбалансированность, эффективность и актуальность ассортимента, влияя на потребления категории. Имея представление о том, какие потребительские предпочтения сейчас работают, бизнес в Украине применяет международный и личный опыт, чтобы успешно развиваться и повышать свой доход.

Ежегодная конференция Food Master & Private label уже 8-й раз собирает на своей площадке более 200 экспертов на национальном FMCG-рынке, привлекает международных специалистов в области маркетинга и продаж, приглашает ведущих аналитиков страны и зарубежья, которые делятся опытом и практическими успешными кейсами, знаниями и примерами укрепления позиций на продуктовом и непродуктовом рынках. Мероприятие такого масштаба служит отличным ресурсом для обмена бизнес-контактами, местом для полезных знакомств, поиска потенциальных клиентов и бизнес-партнеров. Эта конференция – кладезь вдохновения и идей, позитивной энергии и хорошего настроения.

Если говорить о потребителе и его привычках в 2017 году, можно выделить несколько основных трендов 2016 года, которые продолжат работать и дальше.

1. Несмотря на то, что в кризисе потребитель продолжает экономить, вместе с тем он меняет свое отношение к товару и его качеству. Не всегда и не во всех категориях цена будет играть определяющую роль в решении о покупке товара. Ценность, а не цена станет определять судьбу товара. Ценность может стать качественный бесплатный сервис после покупки товара, бесплатная доставка или натуральный состав продукта. Важно лишь понять, кому, как и когда вы предлагаете свой товар.

2. Популярность персонализации продолжает расти и порой приобретает черты самолюбования. Именно поэтому потребители так любят социальные сети, где они имеют возможность самовыразиться, написать комментарий, узнать мнение или получить отзыв о товаре или услуге. Потребитель становится «адвокатом бренда» и хочет особого к себе отношения.

3. Патриотизм – это тренд, который родился благодаря событиям трехлетней давности в Украине. На волне патриотизма и любви к национальной истории и культуре, потребители меняют свои привычки, предпочитая товары национальных производителей. А последние, в свою очередь, работают над качеством, сервисом и ценой, чтобы не уступать известным международным торговым маркам.

УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ



ОТЗЫВЫ

«Конференция важна для рынка, так как дает возможность неформального общения между участниками. Очень интересно было узнать опыт успешных участников.»

Ирина Стадник, «Росяна»

«Организаторам большое спасибо за организацию и проведение конференции. На мероприятиях такого рода есть возможность не просто пообщаться с коллегами и партнерами в непринужденной обстановке, но и увидеть общую картину (тенденции) развития во всем многообразии, и в частности, а так же обратить внимание на детали, расставить нужные акценты.»

Татьяна Урасова, мясокомбинат «Алан»

«Очень понравились выступления спикеров, столы переговоров. Конференция важна для понимания тенденций на рынке, особенно в нестабильной ситуации. Получила новые идеи для партнерства сети и производителя.»

Анна Полегенько, «Чумак»

«Даже сложно выделить что-то одно, что понравилось больше всего. Все настолько продумано до мелочей. Общая атмосфера в полной мере соответствовала высочайшему планку международного уровня. Прямое и открытое общение поставщиков и ритейлеров вносит неоценимый вклад в развитие отрасли!!! Где бы еще так пообщались. Спасибо огромное организаторам!»

Максим Данильчук, «Фабрика бакалейных продуктов»

«Хорошая атмосфера, интересные спикеры, зарубежные гости. Конференция – как один из инструментов формирования и управления рынком. Встретился и познакомился с ритейлерами, с которыми до этого не удавалось наладить контакт.»

Алексей Рыбалко, «ВИК-А»

«Конференция важна для налаживания деловых связей. Получили новые знакомства с заинтересованными в производстве СТМ производителями.»

Александр Павлов, «Эко-маркет»

«Продолжать работу на таком же высоком уровне, приглашать новых спикеров. Как и прежде, на конференции представлены компании, заинтересованные в развитии, поиске новых возможностей. Конференция вполне заслуживает статуса главной встречи года в отрасли. Встретил компании, заинтересованные в факторинге как инструменте развития.»

Дмитрий Черный, «ТАСКОМБАНК»

«Больше всего понравилось выступление Дмитрия Потапенко, «круглые столы» и возможность напрямую пообщаться с представителями компаний и торговых сетей. На конференции были заключены предварительные договоренности с рядом покупателей.»

Ярослав Васильченко, ДП «Бест Альтернатива»

«Хорошая возможность встретиться с производителями, узнать о тенденциях рынка, услышать рекомендации, полученные из опыта работы.»

Юлиана Колесник, «Фармастор» («Аптека Доброго дня»)

«Понравился спич Дмитрия Потапенко и опыт СТМ от Дороты Каловской. Такие встречи важны, все зависит от того, что вынесет для себя каждый участник и как воспользуется полученной информацией. Для себя получил новые знания, анализ ситуации на рынке в 2015 году и опыт партнеров.»

Алексей Ястремский, «Группа Ритейла Украины»



20
апреля

FoodMaster & PrivateLabel 17

Главная встреча года в Киеве!
VIII Международная практическая конференция

ЛУЧШИЕ БИЗНЕС-ИДЕИ ГОДА
ДЛЯ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА
РИТЕЙЛЕРА И ПОСТАВЩИКА

ВОЗМОЖНОСТИ УЧАСТИЯ / ПАКЕТ УЧАСТНИКА

Услуга, которая включена в пакет участника	Стандарт	Бизнес	Премиум
Присутствие на Конференции	любой ряд кроме 1-3	2 - 3 ряд	1 ряд
Пакет Участника Конференции с информационными материалами и каталогом Конференции с докладами Спикеров	да	да	да
Кофе-брейки, обед, фуршет	да	да	да
Размещение информации о компании в каталоге Конференции с контактами (при подаче информации до 25 февраля)	50 слов + контакты	1/2 страницы	1 страница
Экспресс-консультации от спикеров конференции	да	да	да
Именной сертификат Участника	да	да	да + Ваш логотип на сертификатах
Размещение информационных материалов Компании в пакетах Участников Конференции или на стойке регистрации	нет	да, мах лист А4	да, буклеты, презентации, др.
Презентация Вашей продукции в «Галерее новинок Украинских поставщиков-2017» (полка - 50 см ширина, 30 см - высота, 40 см - глубина)	нет	да,	отдельный промостенд (см. ниже)
Предоставление выставочной площади. 2 x 1,5 м Для размещения промо-стойки в холле перед конференц-залом (промо-стойка экспонента, или стол и 2 стула предоставляемые Организаторами. Участие 1 промоутера за стеном)»	нет	нет	да
Размещение баннера компании в зале проведения Конференции и/или ротация презентационного ролика компании, продолжительностью до 2 минут, с трансляцией во время перерывов на кофе, обеда	нет	нет	да
СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ* (В ГРН)	4 600 4200 при оплате до 1 апреля	7 500	11 000

* Пакет СТАНДАРТ доступен только участникам от компаний ритейлеров, дистрибуторов, производителей.
Для Поставщиков решений и услуг доступны только пакет БИЗНЕС/ПРЕМИУМ.

Возможные скидки (Скидки не суммируются):

- 2 Участника от компании – 5%
- 3 и больше Участника от компании – 10%
- Участники практических Конференций TradeMasterGroup - 10%

ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ПАКЕТА УЧАСТНИКА «ПРЕМИУМ»

- Ваш логотип на сертификатах Участников
- Размещение Вашего баннера в зале
- Предоставление выставочной площади в холле. Бесплатное участие 1 Представителя компании в Конференции (работа за стеном))

ВЫ ПРИГЛАШЕНЫ!

TradeMasterGroup

от профессионализма к мастерству

Контакты организатора:

+38 (044) 383-86-28, +38 (067) 505-25-24

www.trademaster.ua