

28
апреля

Главная Встреча Года в Киеве!

VII Международная практическая конференция

FoodMaster&2016

PrivateLabel

Лучшие бизнес-идеи
года для развития
сотрудничества ритейлеров и поставщиков

Более 300 ТОП-менеджеров розничных сетей и компаний поставщиков



На конференции Вы получите:

- Полную информацию о рынке продуктовых товаров, об изменившихся приоритетах закупочной политики розничных сетей, об эффективных инструментах взаимодействия между игроками рынка FMCG, о продвижении своих брендов и развитии контрактного производства, о том, какие инструменты доступны каждому из игроков цепочки поставок – производителю, дистрибутору, ритейлеру – для оптимизации его бизнеса внутри, чтобы стать еще более продуктивным партнером на рынке Украины.
- Лучший практический опыт развития бизнеса от ведущих игроков рынка.
- Обратную связь о Вашей работе, обсудите с коллегами по рынку опыт и практические решения, которые эффективны для компаний именно Вашего сегмента.
- Завяжите новые профессиональные знакомства и закрепите имидж компании, представив ее среди ключевых Участников рынка.
- Заключите новые контракты с партнерами на основании новых подходов к сотрудничеству, озвученных в рамках Конференции.

Партнеры конференции:

Генеральный партнер по перевозкам

IT-партнер

Юридический партнер

Партнер лицензионного брендинга

Официальный партнер по интеграции современных ИС

Лицензия НБУ №84 від 25 жовтня 2011 р.



Рекламный партнер

Дистрибуция будущего

Партнер Церемонии награждения

Международный информационный партнер

Информационные партнеры

KOMPASS RetailStudio

malls

БИОПРОМ

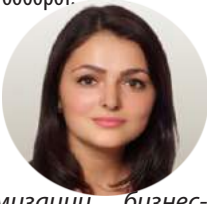
Продукты и ингредиенты



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ *

РЕГЛАМЕНТ	ТЕМА, ЭКСПЕРТ
9.00-9.30	Регистрация участников Конференции, утренний кофе
ЧАСТЬ 1. ПЕРСПЕКТИВЫ И СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ FMCG- РИТЕЙЛА	
9.30-9.40	Открытие конференции. Вступительное слово МОДЕРАТОРА и приветственное слово Partners События. Игорь ГАРБАРУК, опыт работы на руководящих должностях в национальных производственно-торговых холдингах (корпорация «ОЛИМП», сеть «ФУРШЕТ», др.). В период 2011-2013 – директор Департамента развития торговли «МИНИСТЕРСТВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ И ТОРГОВЛИ УКРАИНЫ»
09.40-10.10	ПЕРСПЕКТИВЫ ЕВРОПЕЙСКОГО И УКРАИНСКОГО РЫНКА FMCG: • Особенности потребительских настроений в Европе и в Украине. • Обзор рынка FMCG Европы и Украины. • Ключевые успешные решения бизнеса в 2015 году. • Главные перспективные направления рынка FMCG в 2016 году. Виталий БРЫК, директор стратегического развития компании NIELSEN (Украина, Беларусь). 
10.10-11.00	ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ FOOD РИТЕЙЛА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РОСТ КОМПАНИИ В ПЕРИОД НЕСТАБИЛЬНОСТИ: • Изменения стандартов работы ритейлера и поставщика, новые векторы развития и новый подход к генерированию прибыли. • Перспективы трансформации и диверсификации бизнеса на ближайшие несколько лет? • Свободные ниши и бизнес-направления, способствующие сохранению и увеличению влияния (и сопутствующие показатели) на рынке. • Создание прибыльной синергии «сеть& поставщик». Дмитрий ПОТАПЕНКО, управляющий партнер MANAGEMENT DEVELOPMENT GROUP INC., успешный бизнесмен в 5 странах (Бельгия, Чехия, Болгария, Китай, Россия. Владелец 12 торговых и ресторанных сетей в регионах России и за границей: Розничные продуктовые сети: «PRODECO», «ГАСТРОНОМЧИКЪ», «МАРКА», «ЭКОНОМИКА», «АПЕЛЬСИН» ЮФО, ЦФО и УФО. «ВКУСНО», Болгария. «LEVNER» Чехия. Розничные DIY сети: «РЕСТОРАНЧИКЪ. НАСТОЯЩЕЕ МЯСО», «РЕСТОРАНЧИКЪ. НАСТОЯЩАЯ РЫБА», «ПИЦЦА UNO». 
11.00-11.30	ПОИСК ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕСА. РОЛЬ И ВОЗМОЖНОСТИ ФАКТОРИНГА ПРИ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И РИТЕЙЛЕРОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ • Факторинг – история, реальность и перспективы. • «Мифы» о факторинге. • Возможности факторинга как инструмента повышения эффективности. Дмитрий ЧЁРНЫЙ, начальник отдела факторинга АО «ТАСКОМБАНК». В 2015 году банк вошел в ТОП-10 по Рейтингу надежности банковских депозитов. 
11.30-12.00	Панельная дискуссия ТОП-менеджеров розничных сетей на тему: «ЖИЗНЕСПОСОБНЫЕ СТРАТЕГИИ РИТЕЙЛЕРОВ И ПОСТАВЩИКОВ 2016-17 ГГ.» • Как совместными усилиями ритейлера и поставщика создать удовлетворяющий покупателей ассортимент. • Синхронизация бизнес-процессов сети и поставщика, позволяющая обслуживать клиентов качественно и в срок. • Проблемы поставщиков и ритейлеров, способы их решения по-партнерски. • Способы оптимизации затрат и примеры увеличения доходности в партнерстве «сеть-поставщик». Денис ПОГОРЕЛОВ, коммерческий директор сети VARUS, другие топ-менеджеры розничных сетей (записаться на дискуссию - st@trademaster.com.ua)
12.00-12.30	Кофе-пауза, неформальное общение, знакомство участников с экспонентами и партнерами

	ЗАЛ 1. «FOODMASTER : БИЗНЕС-ИДЕИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПАРТНЕРСТВА, УВЕЛИЧЕНИЯ ДОХОДНОСТИ СЕТИ И ПОСТАВЩИКА»	ЗАЛ 2. «PRIVATE LABEL КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ И РОЗНИЧНОЙ СЕТИ»
12.30-13.00	ОСОБЕННОСТИ РЫНКА FMCG-РИТЕЙЛА УКРАИНЫ. РЕАЛИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ «ЭКОНОМИЧНОГО МАГАЗИНА» В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ Игорь ГАРБАРУК, эксперт-практик FMCG рынка, член ОС «ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУССИОННЫЙ КЛУБ». 	ИЗМЕНЕНИЕ АССОРТИМЕНТА КРУПНЫХ РИТЕЙЛЕРОВ И ДИСТРИБУТОРОВ В СТОРОНУ PRIVATE LABEL: • Ключевые изменения в портфеле ритейлеров Private Label 2016 г., планы на 2017. • Ожидания ключевых ритейлеров от поставщиков товаров СТМ. Наиболее востребованные категории. • Как производителю стать эффективным поставщиком СТМ, для сети? Дискуссия ведущих розничных сетей Украины и ближнего зарубежья: Дарья БАХМАТОВА, начальник отдела развития СТМ ООО «АТБ-МАРКЕТ». Марина ДОБЫЧИНА, руководитель отдела СТМ METRO Cash & Carry Ukraine Ltd Елена БЕРЕЖНАЯ, руководитель СТМ розничной сети NOVUS.  Дарья Бахматова К участию также приглашены FOZZY GROUP, ЭКО-МАРКЕТ, БРУСНИЧКА, НАШ КРАЙ, ВЕЛИКА КИШЕНЯ, ТАВРИЯ В и др.)
13.00-13.20	СОЗДАНИЕ СТРАТЕГИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ БРЕНДОВ, ИЛИ КАК НЕ ПОТЕРЯТЬ МИЛЛИОНЫ НИЧЕГО ПРИ ЭТОМ НЕ ДЕЛАЯ? • Обеспечение достаточного покрытия. • Распределение ответственности в команде в соответствии с компетенциями • Обеспечить соответствие целей дистрибуции поставленных в годовом плане рекламной кампании • Провести адекватное планирование целей и результатов РК (рекламной кампании) • Определить какие непрямы задачи может решить РК • Определить нужны ли нам краткосрочные результаты или долгосрочная прибыль • Обеспечить стратегическое планирование рекламных активностей • Свести в единый план сезонности действия всех участников Ольга МАТАТ, директор рекламного агентства «Площадь Эволюции» с 2007 г. Отвечает за операционное управление компании и разработку стратегий. 	ИНСТРУМЕНТ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ БРЕНДОВ ДЛЯ PLB • Лицензирование брендов – ответ на турбулентный рынок. Как экономить бюджет и время, и получать лучший результат. • Трансформация PLB от экономики к импульсной покупке. • Продвижение с помощью мировых мегабрендов. Эдуард АХРАМОВИЧ, генеральный продюсер UDC licensing agency UDC licensing agency Первое и единственное в Украине агентство лицензирования брендов. Мы работаем со всемирно известными мегабрендами такими, как Губка Боб, Черепашки ниндзя, South Park, MTV, Маша и Медведь, Дора путешественница, Щенячий патруль. Кроме того, мы первые в Украине начали создавать лицензионные бренды, которые уже достигли международного успеха – GAPCHINSKA и КАЗАКИ. 
13.20-13.50	ПЕРЕХОД К МОДЕЛЯМ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УПРАВЛЕНИИ ПРОДАЖАМИ • Рациональна ли экономика сегодня? • Борьба за решение потребителя купить. • Прогноз продаж как инструменты работы с потребителем. • Прогнозирование продаж умерло да здравствует прогнозирование поведения. • Активные и пассивные продажи: отличие в поведении и принятии решений. • Работа не со средней величиной, а с уменьшением НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ будущего. • КАК ЭТО ВЫГЛЯДИТ В РЕАЛИЗАЦИИ: на примере работы с маркетинговыми активностями в торговой точке. • Гипотеза поведения, качественная аналитика и быстрая реакция – залог вашего процветания. Ярослав СТЕПЧЕНКОВ, практикующий менеджер проектов по категорийному менеджменту, управлению цепями поставок (опыт работы на ТОП-позициях в «МЕДКОМ», «РИТЕЙЛ ГРУПП», «САХАРНЫЙ СОЮЗ «УКРРОС» др. 	У СТМ ЕСТЬ ШАНС СТАТЬ БРЕНДОМ? - КАК УПРАВЛЯТЬ СТМ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕЧЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ И ПОСТРОИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ? • Новый этап развития СТМ – когда низкой цены недостаточно. • Новые категории, новые сегменты – как привлечь более требовательных клиентов. • PrivateLabel как Бренд требует новых навыков и компетенций. Вы готовы к этому? • Case Study: Как организовать процесс развития PrivateLabel как бренда? Дорота КАЛОВСКА, Золотой спикер конференции Private-Label-2015, partner & strategy consultant, COBALT SPARK (Польша). Уже 16 лет работает с клиентами в области проектирования индивидуальности и стратегии марки (AGROS NOVA, GRUPA INCO, HARPER HYGIENICS, POLPHARMA SA, GRUPA ZPR, PIOTR I PAWEŁ, LLC COTTON CLUB etc.). Эксперт Польской Торговой Палаты. 
13.50-14.10	ЗАМЕНА ШТАТА ЮРИСТОВ ШТАТОМ ЮРИДИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ Оксана ДОРОШЕНКО, директор A.S.A. GROUP (среди клиентов - ТМ «ГАВРИЛІВСЬКІ КУРЧАТА», УКРАИНСКАЯ ФРУКТОВАЯ КОМПАНИЯ, ПАТ «КАГАРЛЫЦКИЙ САХАРНЫЙ ЗАВОД», АХА СТРАХОВАНИЕ др.) СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К СОПРОВОЖДЕНИЮ СУДЕБНЫХ КЕЙСОВ КАК ЗАЛОГ УСПЕШНОГО РЕЗУЛЬТАТА • Примеры группы компаний ТМ «МЕГАМАРКЕТ», ТМ «ГАВРИЛОВСКИЕ КУРЧАТА», «УКРАИНСКАЯ ФРУКТОВАЯ КОМПАНИЯ». Евгений АРТЮХОВ, собственник в ASA GROUP  	

14.10-14.30	НАПРАВЛЕНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ EDI • Проблемы и задачи проектов EDI. • Основные тенденции и направления развития EDI. • Юридически значимый электронный документооборот. • Case study. София ФЛИНТА, бизнес-консультант по решениям для электронного документооборота Comarch EDI на российском и украинском рынках, специалист по подбору индивидуальных решений, базирующихся на платформе Comarch EDI, для автоматизации и оптимизации бизнес-процессов компании. 	СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПЛАН ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ДОЛИ СТМ В СЕТИ С МИНИМАЛЬНОГО УРОВНЯ ДО «КОНТРОЛЬНОГО ПАКЕТА». КАК С ПОМОЩЬЮ ТОВАРОВ СТМ УЛУЧШИТЬ ИМИДЖ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ? СПИКЕР И ТЕМА УТОЧНЯЮТСЯ
14.30-15.30 Обед, неформальное общение, тематические встречи		
15.30-16.00	СЛОЖНОСТИ И ПОДВОДНЫЕ КАМНИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ ПРОЕКТОВ КАТЕГОРИЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТА- КАК ИХ ПРЕДОТВРАТИТЬ? • Сегментация потребителей. • Стратегия управления ассортиментом. • Структура ассортимента и его анализ. • Форматирование магазинов и ассортиментная матрица. • Ассортиментная и ценовая политика. • Преимущества и специфика проектов категорийного менеджмента для поставщика и сети. Дискуссия ведущих экспертов по управлению ассортиментом:    Дмитрий Каширин Светлана Дмитриева Наталья Колодий Дмитрий КАШИРИН, коммерческий директор ООО «СТОЛИЦА ТОРГ» (сеть магазинов «КОНТИНЕНТ»). Более 20 лет опыта в ритейле (в т.ч. коммерческим директором сети ВЕЛИКА КИШЕНЬ, операционным директором «ЭКО-МАРКЕТ»). Светлана ДМИТРИЕВА, ведущий тренер Украины по категорийному менеджменту, опыт коммерческого директора сети «БАРВИНОК», опыт работы в ритейле более 13 лет (в «METRO CASH AND CARRY UKRAINE», «BAKER TILLY UKRAINE», «DELTASPORT»). Наталья КОЛОДИЙ, эксперт в области построения бизнес-процессов и внедрении проектов в ритейле (Украина, Беларусь, Россия). Опыт руководства сетью магазинов WOG (Киев), Рублевский (Беларусь, Минск), Монетка (Россия, Екатеринбург).	ОСОБЕННОСТИ И ТОНКОСТИ РАЗВИТИЯ СТМ В КАЗАХСТАНЕ: • Особенности ритейл-рынка Казахстана, развитие СТМ. • Специфика потребительского вкуса в Казахстане и его влияние на СТМ. • На что стоит обратить внимание при работе с Казахстанскими сетями (объемы, конкурентная среда). • Сложности с транспортировкой и варианты решения. Анатолий ДЕМИДЕНКО, менеджер развития проектов СТМ (собственные торговые марки) сеть супермаркетов «ИДЕАЛ» и «ЛИДЕР» (Казахстан). Опыт работы в крупнейших розничных сетях Украины (руководитель проекта СТМ Dry-Food «ЭКО-МАРКЕТ», менеджер СТМ FOZZY GROUP, категорийный менеджер ООО «СТИЛЬ-Д». Анатолий признан лучшим руководителем Private Label по итогам голосования в рамках Ежегодного Проекта «PrivateLabel-2014». 
16.00-16.30	ЕДИНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА И ПРОЗРАЧНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ДАННЫМИ ПРОИЗВОДСТВА, ПРОДАЖ И ПОСТАВОК – MUST HAVE СЕГОДНЯШНЕГО БИЗНЕСА Виктория ИЛЬЧЕНКО, бизнес-аналитик «СКАЙЛАЙН СОФТВЕР» (оператор распространения программ «1С» в Украине) 	ПАРТНЕРСТВО СЕТИ И ПОСТАВЩИКА. КАК ДОБИТЬСЯ ЛОЯЛЬНОСТИ СО СТОРОНЫ РИТЕЙЛЕРА. • Взгляд сети на поставщиков - потенциальных партнеров по PrivateLabel. • Инициативы Поставщиков по развитию товарных категорий. • Инновации в СТМ (рецептура, позиционирование, упаковка и др.) СПИКЕР И ТЕМА УТОЧНЯЮТСЯ
16.30-17.00	БУДЬ ОНЛАЙН ИЛИ УМРИ • Каким будет идеальный отдел продаж в будущем? • Как Global Spirits экономит деньги уже сегодня? • Магия для Клиентов. • Автоматизируйся или умри. Дмитрий ГОРЛИН, директор POSTAVKI.UA, с 2007 г. и по настоящее время - IT-директор GLOBAL SPIRITS. Лучший IT-директор Украины 2015 г. в пищевой промышленности. 	ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПРОДАЖ СТМ СПИКЕР И ТЕМА УТОЧНЯЮТСЯ

17.00-17.30

ЭКСКЛЮЗИВНЫЙ МАСТЕР-КЛАСС ОТ МЕЖДУНАРОДНЫХ СПИКЕРОВ!

БРЕНД КАК ЭКО-СИСТЕМА. ОТ ИДЕИ К РЕАЛИЗАЦИИ. ПОТРЕБИТЕЛЬ КАК ВДОХНОВИТЕЛЬ

- Ценность бренда и Платформа бренда.
- Целостное видение бренда: от товара к «product experience».
- Коммуникации бренда.
- Бренд (товар) – пространство - потребитель.
- Примеры: анализ нескольких кейсов.

Клайв ВУДЖЕР (ЛОНДОН), мировой гуру брендинга, основатель, генеральный директор SCG LONDON.

Клайв работал по всему миру в различных проектах и с разными клиентами.

На Ближнем Востоке он работал с SPINNEYS, в частности в ОАЭ и Ливане, AL BASTAIN GROUP (NISSAN) в Кувейте, и MAX DISCOUNT CENTRE в Саудовской Аравии. В России он работал с более чем 90 клиентами за последние 14 лет, включая ведущий розничный супермаркет X5 GROUP, ритейлера электронной розничной торговли М.Видео и Аптечную сеть 36,6. В системе компетенций развития розницы Клайва - разработка новых концепций для торговых центров и больших магазинов, предусматривающих обновление форматов розничной торговли. Среди европейских розничных клиентов: METRO CASH AND CARRY, BAA WORLD DUTY FREE, TESCO AND SHELL.



Анна ПОБЕРЕЖНАЯ, партнер SCG LONDON. Отвечает за стратегию развития компании.

SCG LONDON является международным экспертом в создании уникальных брендов, их дизайна, стратегии развития, маркетинговой и коммуникационной стратегии, а также проведении тренингов. Будь то трансформация существующих концепций или создание новых видений. За 25 лет работы портфель компании насчитывает более 150 клиентов в 14 странах, среди которых послужной список известных брендов в СНГ.



17.30-19.00

ОРГАНИЗАЦИЯ «СТОЛОВ ПЕРЕГОВОРОВ» МЕЖДУ СЕТЯМИ И ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ



19.00-20.00

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ, ФУРШЕТ ДЛЯ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ

Награждение Победителей ежегодной Национальной B2B-Премии среди ритейлеров «Retail-in-Ukraine-2016» по номинациям: «Лучший Антикризисный партнер», «Динамика продаж», «Профессионализм команды», «Качество логистики», «Условия входа в сеть и маркетинговая поддержка (поставщиков)», «Стабильность взаиморасчетов» и производителей страны «Made-in-Ukraine-2016».



*В ходе подготовки мероприятия Программа может меняться. Обо всех изменениях Вас проинформирует Ваш Менеджер по электронной почте, указанной Вами в регистрационной форме.

**РЕЗУЛЬТАТЫ ЕЖЕГОДНЫХ
НАЦИОНАЛЬНЫХ B2B-
ПРЕМИЙ**
«Retail-in-Ukraine», «Made-in-
Ukraine»



НОВЫЕ КОНТАКТЫ И ПАРТНЕРЫ
Столы переговоров между сетями и
производителями, увеличение
клиентской базы и расширение
каналов сбыта



ОБЗОР FMCG РЫНКА УКРАИНЫ
Аналитика, тенденции развития,
инновации, международный опыт сетей.
Предпочтения покупателей в 2016 году



БОЛЕЕ 300 УЧАСТНИКОВ
Топ-менеджеры розничных
сетей и компании-
поставщики



17 ТОП-СПИКЕРОВ
актуальные и практические доклады
от экспертов-практиков рынка,
обмен опытом на примере
реальных кейсов

Аудитория конференции **FoodMaster&PrivateLabel** - до 300 участников

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, генеральных директоров, 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

■■■■■■■■■■ 20%	Собственник, генеральные, исполнительные директора
■■■■■■■■■ 17%	Директор по маркетингу, развитию и PR
■■■■■■■ 16%	Национальные и региональные менеджеры по работе с ключевыми клиентами
■■■■■■ 14%	Коммерческий директор
■■■■■ 9%	Руководители департамента СТМ и категорийные менеджеры, директор по закупкам, зам. директора
■■■■ 6%	Директор по продажам

По роду деятельности Компании

■■■■■■■■■■■■■■■■■■■■ 55%	Производители
■■■■■■■■■■■■■■■■■ 19%	Смежная отрасль (консалтинг, логистика, упаковка, ингредиенты, СММ и др.)
■■■■■■■■■■■■■■■ 17%	Розничные сети
■■■■■■■■■■■■■ 9%	Дистрибьюторы, импортеры

УЧАСТНИКИ КОНФЕРЕНЦИИ



Отзывы о конференции **FoodMaster&PrivateLabel**

«От конференции получили отличное настроение, море позитива. Вы молодцы, хорошо организовали и продумали все моменты. Подобраны интересные спикеры, с которыми я думаю, удастся дальнейшее сотрудничество и даст нам выйти на рынок Европы. Конечно, хорошо, что были все сети из TOP-20, со всеми пообщались и обсудили дальнейшие наши взаимодействия. В общем где еще можно встретиться в неформальной обстановке, как не у Вас в гостях. Спасибо!!!»

Скрипник Н., Корпорация S.Group

«Только положительные эмоции: подобные мероприятия дают возможность по новому взглянуть на рабочие моменты; вдохновляют на новые идеи в работе. Благодаря общению в процессе конференции появляется возможность заключить договора с новыми партнерами. День был продуктивным, с получением новой информации! Организаторам огромное СПАСИБО! »

Пархоменко О., Amarante

«Интересно было услышать опыт иностранных коллег, опыт self-made woman Н. Шмигельской, советы юриста А.Сисецкой, Nielsen и TNS, действительно интересно видеть тенденции рынка, новые покупательские настроения в условиях инфляции.»

Матяш А., ООО «Ашан Украина Гипермаркет»

«Больше всего понравились доклады «Вывод торговых марок в период экономической турбулентности», «Долгосрочное сотрудничество». Данное Событие - это возможность быть в курсе событий происходящих на рынке, внутри других компаний, «живое» общение. Конференция была многогранной, но находясь в «Зале № 2», пропустила интересные доклады в «Зале №1».»

Урасова Т., ООО «Алан»

«Отличная организация, отличное место, и огромное спасибо за иностранных Спикеров, так как они открывают новое видение на развитие PL! Их опыт очень полезен. Проведение подобных конференций имеет большую важность, так как открывает новые возможности для поставщиков и ритейлеров, а также имеет большую познавательную силу.»

Бахматова Д., ООО «АТБ-маркет»



«Каждая тема предоставляла полезный поток информации в той или иной сфере. Участие в конференции очень важно, учитывая фактор экономии времени при поиске контактов для сотрудничества.»

Петраш А., ООО «Диканька Млин»

«Получение зарубежного опыта развития и продвижения PL, знакомство и дальнейшее сотрудничество с новыми поставщиками. Заключение договоров с новыми партнерами, обсуждение и решение вопросов, получение информации о ритейлерах, поставщиках и рынке.»

Билан О., ООО «Украинский Ритейл»



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	да	да	да
Размещение информации о компании в каталоге Конференции с контактами (при подаче информации до 20 апреля)	50 слов + контакты	1/2 страницы	1 страница
Участие в СТОЛАХ ПЕРЕГОВОРОВ между сетями и поставщиками	да	да	да + отдельный стол
Именной сертификат Участника	да	да	да + Ваш логотип на сертификатах
Получение видео-презентаций Спикеров (после Конференции)	нет	да	да
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. Бесплатное участие 1 Представителя компании в Конференции (работа за стендом))	нет	нет	да
Размещение информационных материалов Компании в пакетах Участников Конференции или на стойке регистрации	нет	да, мах лист А4	да, буклеты, презентации, др.
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 (EURO)	200	300	400

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 стендом))

ВЫ ПРИГЛАШЕНЫ!

Организатор конференции
www.trademaster.ua

TradeMasterGroup
от профессионализма к мастерству

VI Всеукраинская практическая конференция
Shop&Fashion2016
Уникальные решения
увеличения продаж с 1m² магазина
Master

СЕРТИФИКАТ УЧАСТНИКА

Светлана Леонова
СОФИЛАЙТ



Место проведения
«FoodMaster&PrivateLabel-2016»

Концерт-холл «Оазис» (РК «Ультрамарин»)



РК «УЛЬТРАМАРИН»
КОНЦЕРТ-ХОЛЛ «ОАЗИС»
г. Киев, ул. Урицкого (Василия
Липковского), 1А (3 этаж)
ст. м. «Вокзальная»



TradeMasterGroup
от профессионализма к мастерству