

31 января 2014г., г. Киев



БЦ «ИНКОМ», ул. Смоленская, 31-33

5-я Всеукраинская практическая конференция

для владельцев и топ-менеджеров НЕпродуктовых розничных сетей и магазинов

ShopMaster-2014

Уникальные решения для увеличения продаж с 1-го кв. м. магазина

Время	Ключевые ТЕМЫ: Содержание докладов и дискуссий	СПИКЕРЫ и ЭКСПЕРТЫ
09.00-09.30	Регистрация Участников, утренний кофе, знакомство	
09.30-11.30	Сессия 1. ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА и РИТЕЙЛ-БИЗНЕСА: Торговые площадки для открытия новых магазинов: возможности владельцев ТЦ и ритейлеров. Выбор стратегии роста для ритейлера – как обеспечить количественный рост ТТ без потери, а наоборот, с наращиванием качества бизнес-процессов и увеличением прибыли	
	Вступительное слово Модератора, представление Участников и Экспертов ***	Галина ПОТАПЧУК , Директор по развитию TradeMaster® Group
	Обзор рынка доступных торговых площадей для открытия новых ТТ в 2014 году: <ul style="list-style-type: none">→ Динамика появления на рынке новых объектов торговой недвижимости и оценка перспектив для арендаторов от размещения в конкретных Торговых Центрах (ТЦ)→ Анализ существующих ТЦ – вакантность, цены, динамика посещаемости, политика в адрес арендаторов→ Прогноз стоимости аренды и способов арендатора, с помощью которых возможно получить «хорошие» условия от владельцев ТЦ→ Анализ торговых точек вне ТЦ (первые этажи зданий) – насколько данные площадки соответствуют потокам покупателей, которых ожидает НЕпродуктовая розница, текущее соотношение «цена/качество» объектов→ Ситуация с торговыми площадками в регионах (текущая и прогноз)→ Информация для торговых центров: что возможно сделать для того, чтобы стать более привлекательными для операторов непродуктовой розницы и заработать на своем главном ресурсе – торговых площадках ***	 Евгения ЛОКТИОНОВА Директор компании UTG Опыт Эксперта: Под руководством департамента аренды UTG увеличил портфель проектов до 58. Сегодня департамент – лидер по сданным торговым площадям в Украине. С 2009 года возглавила направление по доверительному коммерческому управлению объектами коммерческой недвижимости. С 2011 года занимает пост директора компании UTG.
	СПЕЦПРОЕКТ В КАТАЛОГЕ: Эксклюзивная аналитика TradeMaster® Group (совместный проект с более чем 50 крупнейшими ТЦ из всех областей Украины): <ul style="list-style-type: none">→ Лучшие площадки Украины. Принципы выбора площадок→ Предпочтения ТЦ по арендаторам: группам товаров, объемам площадок, участия в жизни ТЦ→ Итоги работы ключевых торговых объектов Украины – торговых и торгово-развлекательных центров→ Перспективы открытия магазинов в ключевых ТЦ страны→ Информация от ТЦ для подготовки к финальным СТОЛАМ ПЕРЕГОВОРОВ об аренде новых площадок ***	TradeMaster Отдел Аналитики, TradeMaster® Group Анализ ТЦ: 4 Room, m_cube gallery, Аве Плаза, Аврора, Адмирал, Аракс, Арбат, Арт Молл, Атриум, Браво, Варус, Галактика, Гловал, Гринт Плаза, Гум Луганск, Днепро Плаза, Донецк-Сити, Европа, Европорт, Золотое Кольцо, Интер Сити, Капитан, Киев, Континент, Космос, Магелан, Мануфактура ТРЦ, Марк Плаза, Материк, МЕГАМОЛЛ ТРЦ, Милославский ряд, ПАНОРАМА PLAZA ТРК, Паровоз, Порт Сити, СитиЦентр, Славутич, Снеха Сити, Столица, Универ Сити, Французский бульвар, Чайка, Экспострой, Южноград, др.
	Уникальные концепции и форматы магазинов Кейс международного бренда MANGO <ul style="list-style-type: none">→ Опыт MANGO на мировом рынке и рынках стран СНГ→ Выход бренда MANGO на украинский рынок в новом формате и концепции. Характеристики и особенности уникального для Украины формата MANGO.→ Расширение ассортимента и выход в новые товарные категории, как инструмент увеличения лояльности и привлечения новых покупателей→ Маркетинговые инструменты, применяемые специалистами бренда MANGO для увеличения продаж и развития лояльности	 Юлия СЕЛИВАНОВСКАЯ, Менеджер по развитию в СНГ бренда MANGO

Принципы создания формата магазина, позволяющего достичь высоких показателей продаж. Мультиканальность. Выбор оптимальных площадок для магазинов: новые стандарты и правила:

- Новый формат «Алло телеком 3» – почему развиваем именно его.
- Мультиканальные преимущества для покупателя, что для ритейла?
- Оптимальные площадки для новых магазинов – риски и возможности

ДИСКУССИЯ Топ-Экспертов: Выбор оптимальной стратегии развития сети, увеличения продаж и прибыли:

- Покупка конкурирующей сети: преимущества и «подводные камни» выбранной стратегии
- Изменение концепции магазинов сети: ключевые процессы, подлежащие изменениям в рамках стратегии
- Развитие новых форматов в рамках существующей сети: возможные варианты, преимущества и трудности
- Развитие Интернет-торговли в дополнение к «живой рознице»: результаты и необходимые шаги
- Уникальные стратегические решения топ-ритейлеров страны по развитию сети

Эксперты Дискуссии (продолжение):



Арман ТАТАРЯН, Генеральный директор «Кринар» («Делта Спорт», ТМ Nike, MEXX, New Look)



Ольга ИВАНОВА, Директор по маркетингу «Читай-город» (крупнейшая сеть книжных супермаркетов Украины).
Тема: Техники создания и реализации удачных маркетинговых активностей для увеличения продаж?



Валерий ЗОЛОТУХИН, Исполнительный директор розничной сети «АЛЛО»

В компании с 2003г. Ключевая ответственность состоит в обеспечении необходимой прибыльности и рентабельности бизнеса.

Эксперты Дискуссии:



Юлия ЛИТВИНЕНКО, Директор по маркетингу сети аптек TAS
Тема: Какие техники программ лояльности являются сегодня успешными (опыт TAS)



Алексей ЗОЗУЛЯ, Операционный директор линии магазинов EVA («РУШ»).
Тема: Как вдохнуть новую жизнь в существующий розничный бизнес?



Антонина ОГАНДЖАНЯН, Маркетинг-директор «Брокард-Украина», сети: Brocard, Л'Этуаль, Voujour.
Тема: Развитие Интернет-торговли в дополнение к «живой рознице»

11.30-11.55 Кофе-чай-пауза, неформальное общение, знакомство с новыми Партнерами и решениями, представленными на Конференции

11.55-13.50 Сессия 2. ПРАКТИЧЕСКИЙ БЛОК: Кейсы по эффективному управлению ключевыми процессами в рознице для увеличения продаж в магазинах

Повышение продаж и лояльности покупателей с помощью инновационных решений:

- Модели поведения современного потребителя и как это тактически влияет на маркетинг коммуникаций
- Дижитал-коммуникации и новые технологии: что в прошлом и за чем будущее?
- Мировые тренды на примере кейсов
- Учимся на чужих ошибках: мифы и факты о влиянии новых технологий на продажи
- Предпосылки и актуальность инновационных решений сервиса для украинского рынка

Принципы качественного формирования и управления ассортиментом. Управление категориями. Управление запасами сети и магазина:

- Формирование начального ассортимента. Специфика брендов.
- Анализ категорийной плотности продаж. Ценовой сенситивности. Оптимизация категорий.
- Прогноз продаж / закупок / товарного запаса.



Максим МАСЛИЙ, CEO yoCard (мобильная платформа для программ лояльности)

Разработчик систем электронных карточек, позволяющих хранить дисконтные карты в телефоне (iPhone и Android).



Дмитрий ЕРМОЛЕНКО, Директор и совладелец компании ZEEBRA (ТМ BUTLERS, SIX, I AM и GLOSSIP).

Более 10 лет занимал пост Генерального Директора компании «Маратекс»

Правильная автоматизация торговой точки – залог успешных продаж и развития бизнеса

- Задачи автоматизации торговли
- Функциональные возможности решений от Фирмы «1С»
- Каждому свое: учитываем специфику специализированных розничных предприятий

Маркетинг как инструмент для повышения оборотов и доходности сетей:

- Особенности маркетинга в розничной торговле
- Эффективные технологии генерации трафика
- Методы повышения КОП (коэффициента конверсии)
- Технологии влияния на размер среднего чека
- Методики повышения маржи

Просто о сложном: секрет подбора удачного решения для автоматизации торговли:

- Концепция решения для автоматизации ритейла
- Реалии-2014: эволюция РРО
- Особенности и отличия автоматизации крупных торговых сетей и малого бизнеса
- Минимизация издержек при изменении системы учета
- Перспективы развития решений для автоматизации розничной торговли



Евгений ВИНОГРАДОВ,
Руководитель группы разработки компании **«1С-Парус Украина»**, г. Севастополь



Антон ВАСИЛЕВСКИЙ,
Директор по маркетингу сети **«Эльдорадо»**



Георгий ВОЛЫНСКИЙ,
Председатель Правления **«Резонанс»** (Ведущий производитель кассового оборудования и разработчик законченных комплексных решений с двадцатилетним опытом работы на рынке Украины).

13.50-14.40

ОБЕД, неформальное общение, дискуссии с Коллегами

14.40-16.20 Сессия 3. Практика создания и внедрения решений для качественного развития розницы и увеличения прибыльности бизнеса

Стратегии развития розницы: концепции и форматы розницы, доказавшие свою эффективность на украинском рынке. Ключевые международные тренды развития торговых технологий в НЕпродуктовой рознице

- Опыт разработки и внедрения форматов розницы и моделей позиционирования розничных сетей в Украине и СНГ
- Маркетинговые стратегии развития розницы
- Интегрированные маркетинговые коммуникации в розничной сфере
- Международные тренды в розничном маркетинге



Андрей ДЛИГАЧ
Генеральный директор **Advanter Group**, к.э.н., ведущий эксперт Украинской Ассоциации Маркетинга. За 17 лет реализовал более 700 консалтинговых и бизнес-проектов в Восточной Европе для таких компаний, как: Siemens, Panasonic, «Фокстрот», корпорация Niko, MTC, Mercedes-Benz, Sport Life, «Альфа Банк» и др.



Юрий СУРГАЙ,
Генеральный директор «Лаш Украина» (международная сеть магазинов косметики **LUSH**) Эксперт управляет компанией с 2008 года

Современные каналы коммуникации с потребителем в сфере розничных продаж. Успешные практики:

- Изменение принципа принятия решения о покупке потребителем.
- Обзор основных современных каналов коммуникации с потребителем.
- Усиление роли онлайн-коммуникаций с потребителем. Аргументы и факты.

Кейс: Построение эффективной системы управления розничным магазином в соответствии с изменением подхода к управлению продажами

- Персонал и сервис как конкурентные преимущества сети.
- Необходимость изменения системы управления розничным магазином при интенсивном росте сети.
- Изменение подхода к управлению продажами как точка входа для внедрения изменений с целью повышения эффективности работы розничного магазина.
- Цепочка последующих изменений в системе управления розничным магазином при изменении подхода к ведению продаж.



Светлана ПОРОХ,
Заместитель генерального директора национальной сети оптик **«Люксоптика»**
Крупнейшая украинская национальная сеть оптик. Компания начала свою историю в 1994 году. Сегодня сеть насчитывает 100 полнофункциональных оптик, которые расположены в 23 городах Украины.



Вита ВОЙНИЛОВИЧ
Директор «БНС Трейд», «БНС КАМПАНИ» (бренды Calvin Klein Jeans, TopShop/TopMan, Michael Kors) с 2007 г. Экс-директор «РД-Групп» (сеть магазинов «LeFutur»)

Особенности развития магазинов сегмента «средний +» и «премиум»: специфика маркетинговых инструментов и управления персоналом:

- Развитие концепции дорогих магазинов, которые известны за рубежом, но новые для украинского потребителя.
- Какие маркетинговые инструменты работают в премиум сегменте, а какие нет?
- Особенности подбора персонала.
- Система мотивации.

16.20-16.45 Кофе-чай-пауза, неформальное общение

16.45-17.40 **Сессия 4. ЛЮДИ В РОЗНИЦЕ. Повышение эффективности персонала сети на всех уровнях**

Кейс COMFY Влияние системы обучения на эффективность продаж.

- Формат обучения нового сотрудника, который позволяет:
 - Максимально быстро вывести эффективность стажера на уровень среднего продавца.
 - При подборе персонала опираться не на предыдущий опыт, а на потенциал.
- Системное, непрерывное обучение, которое позволяет:
 - Мгновенно доносить новую информацию тем самым поддерживать актуальность знаний.
 - Управлять фокусами в продажах.
- Работа с отклонениями:
 - Повышаем эффективность отстающих.
 - Распространяем успешный опыт лучших.
- Участие в обучении торгового персонала его руководителя:
 - Непрерывное совершенствование навыка.

Сколько стоит продавец на самом деле?

- Найден секрет существования продавцов
- Волнующий вопрос: сокращать или обучать?
- Кризис и затраты на обучение. Есть ли зависимость?;
- Суровая статистика потери выручки магазинов;
- Реанимация продавцов: эффективные действия за минимальное время



Евгений ШТЕМЕНКО,
Руководитель
управления
«Корпоративный
университет» **COMFY**

Опыт работы в HR более 10 лет.

В COMFY с 2010 года, до этого обучал и развивал персонал в таких компаниях, как: «МТС», «ДельтаБанк», «Дельта Життя», «FORTIS». Осенью 2011 года компания COMFY получила специальную премию HR brand за программу развития сотрудников сети.



Геннадий ТКАЧЕНКО
Эксперт, входящий в
ТОП-3 спикеров
конференций по
ритейлу; автор
множества статей по
менеджменту магазина;
топ-менеджер сети
магазинов, владелец

Retail Studio GT. Среди Клиентов:
Baldessarini, Cacharel, Pierre Cardin, Centro, Carlo Pazolini, Antonio Biaggi, Gianni, Tango, Frey Wille, EVA, Ideal, Brocard, Kamana, Pavo Duty free и другие

17.40-19.00 **СТОЛЫ ПЕРЕГОВОРОВ** между Торговыми Центрами/Владельцами торговых площадок и Розничными Сетями / Магазинами

*В ходе подготовки Конференции возможны изменения и дополнения в программе, темах, Спикерах

ПАРТНЕРЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

IT-Партнер:

Партнер по разработке ПО и
производству кассового
оборудования для ритейла:

Партнер
Дисконтных
Решений:

Партнер:

Партнер по
ароматизации:



МЕДИА-ПАРТНЕРЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

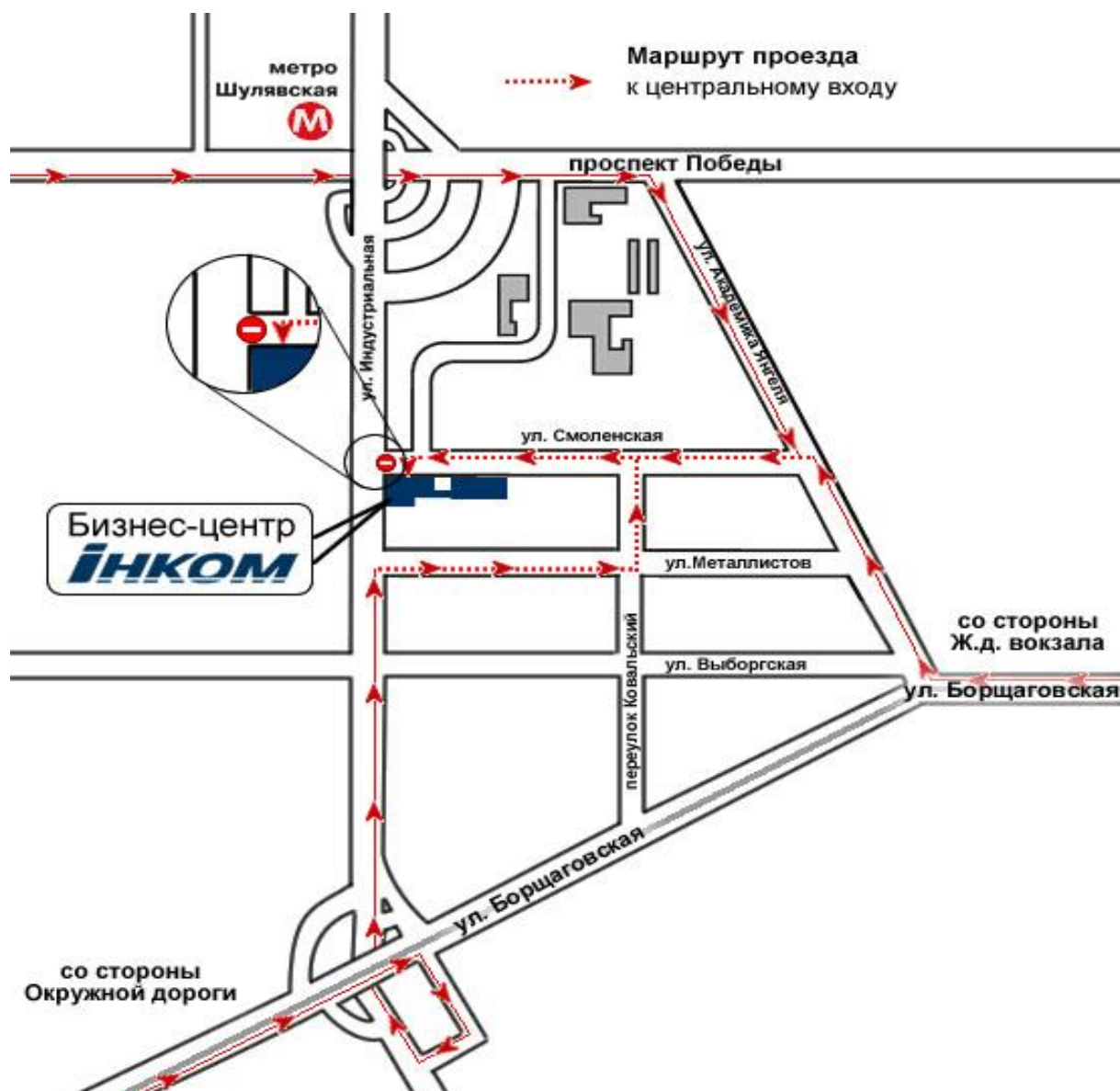


www.PrivateLabel-TM.com



СХЕМА ПРОЕЗДА К МЕСТУ ПРОВЕДЕНИЯ КОНФЕРЕНЦИИ:

г. Киев, ул. Смоленская, 31-33, БЦ «ИНКОМ», 2 этаж, Конференц-зал
На схеме указано старое название ул. В.Гетьмана – ул. Индустриальная



ВЫ ПРИГЛАШЕНЫ!

Контакты Организатора: +38 (044) 383-86-28, +38 (067) 505-25-24, www.TradeMaster.UA