

# TRADE MARKETING HUB XII



## The best strategies in Retail

Cases and Techniques 2018

Партнеры:

Академия  
D.TEK



Apple®  
Consulting

TMC Trade  
Marketing  
Community

Customer  
Service

ЖИВОЕ ДЕЛО

Pharma  
ЖУРНАЛ ДЛЯ ПРОБИЗОРОВ И ФАРМАЦЕВТОВ

Logist.FM

smart people club

МЕЖДУНАРОДНАЯ  
АССОЦИАЦИЯ  
МАРКЕТИНГОВЫХ  
ИНКЛУЗИВ

## Программа

09:00 - 10:00

Registration / Morning coffee

10:00 - 10:10

Opening Forum

10:10 - 11:00

Part 1. New look to Future



**Модератор:**

**Геннадий ВАСИЛЕНКО**, Стратегический директор, **IDNT**



**Юрий ЛИЩУК**, Директор по работе с розничными сетями, **Nielsen Ukraine**

**Кейс: Современный ритейл в Украине: покупатель, тренды, what`s next**

- Настроение потребителей восстанавливается?
- За счет чего растет рынок FMCG?
- Удобство - новая реальность потребителей.
- Сервис - must-have ритейла.



**Ольга ИВАНЬКО**, Руководитель специальных проектов, **Nielsen Украина, Беларусь**

**Кейс: Практики трейд маркетинга в фокусе**

- Лучшие практики глазами Nielsen.
- In-Store практики: вызовы и возможности.

11:00 - 12:00

Part 2. Best Trade Marketing cases



**Андрей ЯБЛОЧКОВ**,  
CEO,  
**FCS**



**Ольга ВОРОБЬЕВА**,  
Marketing Specialist (brand Somersby),  
**Carlsberg Ukraine**

**Кейс: EVENT TRADE PROMOTION** новый инструмент взаимодействия с покупателем

- Как правильно использовать возможности продукта и бренда на массовых событиях.
- Как организовать переговорный процесс с организаторами фестиваля и избежать спорных вопросов.
- Документальное сопровождение.
- Фестивальный сезон 2019, как правильно выбрать событие для реализации задач продукта.

12:00 - 13:00

Lunch

13:00 - 13:30

Continue Part 2. Best Trade Marketing cases



**Иван ФИЛИПОВ**, Руководитель направления «Управление торговыми марками», **Мионовский Хлебопродукт**

**Кейс: «Запуск Наша Ряба Appetitная: работа над ошибками»**

13:30 - 15:00

Part 3. Retail Sales Strategies. How to Win New Customers?



**Евгений ТРИШИН**,  
Директор по диджитализации,  
**Ашан Украина**



**Антон ВОРОНЮК**,  
Директор по развитию  
интернет-агентства,  
**WebPromo**

**Совместный кейс: Как объединить в рекламе охватные и e-commerce задачи.**  
**Кейс Ашан Украина.**

- Как происходит Digital-трансформация Ашана.
- Вызовы e-commerce для классического продуктового ритейла.
- Парадигма SEE-THINK-DO для формирования рекламной кампании.
- Как e-commerce задачи согласовываются с остальными рекламными активностями.
- Планы на будущее.



**Валерий БОНДАРЬ**, Директор по маркетингу, **Супермаркет «Класс»**

**Кейс: Food-outlet. Эксперимент с новым видом промо и коммуникаций в супермаркетах КЛАСС.**

- В условиях жёсткой конкуренции необходимо действовать и проводить эксперименты.
- Иногда результатом является не только прибыль, но и исследование предпочтений;
- Как предложить что-то новое клиенту, если все итак предложено.

15:00 - 16:00

Coffee and sweets. Winter cocktail.

16:00 - 17:00

Part 4. New techniques in retail



**Станислав АНДРЕЕВ**, Руководитель отдела трейд маркетинга, **Цитрус**

**Кейс: Акции которые работают, и наоборот... Причины. От идей до анализа.**

- Есть все, но нет уникальности - что будет. Или уникальность это панацея? (речь идет не только о предложении но и о коммуникации).
- Правильная коммуникация или коммерция - где баланс?
- Место продажи (интернет магазин, розница), или как собрать все в омниканальную "кучу".
- Все равно основное это клиент, в итоге должен получиться правильный и понятный путь к покупке.
- Взгляд назад, или слабый результат тоже результат. Важно делать правильный вывод из любого кейса.



**Ростислав ПРЯДКО**, Начальник отдела развития программы лояльности, **FISHKA**

**Кейс: Fishka для производителей и дистрибьюторов.**

17:00 - 18:00

Part 5. Digital Marketing for FMCG Brands



**Эксперт:**

**Дмитрий ГОРБАЧ**, Руководитель отдела трейд-маркетинга, **Сеть магазинов «Червоний маркет»**



**Марина ТОМАЧЕНКО**,  
Project Manager,  
**Raprik (Интернет-магазин  
детских товаров)**



**Владимир ДЕМЯНЕНКО**,  
CEO,  
**D2**

**Совместный кейс: Brand Direct Shop: как брендам создать интернет-магазин с нулевым вовлечением в операционный процесс?**

*«В последнее время брендам интересно контактировать со своим любимым покупателем напрямую, скажем так — “без посредников”. Как бренду создать интернет-магазин с нулевым вовлечением в операционный процесс? И главное — интересно ли это клиенту?»*

- Brand direct shop.
- Мульти брендовые платформы или как упростить жизнь мульти брендовых компаний.
- Что такое eCommerce service provider?
- Зачем на самом деле нужны Чат боты и как их использовать в бизнесе?



**Алена ГЕРАСИМЕНКО**, Директор по персоналу, **Digma Business Group**

**Кейс: Привлечение покупателей в сеть. Как создать дополнительную ценность для покупателя?**

18:00 - 18:10

Questions-Answers. Results of the Day

\* В программе возможны изменения. Организатор оставляет за собой право вносить изменения.