

ECR 6-я Ежегодная Конференция

ShopperMania

8 февраля 2017, DI Telegraph

РАБОТАЯ ВМЕСТЕ, ОТВЕЧАТЬ НА ЗАПРОСЫ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЛУЧШЕ, БЫСТРЕЕ,
С МЕНЬШИМИ ИЗДЕРЖКАМИ

6 ECR | 08022017

ПРОГРАММА *)

08 ФЕВРАЛЯ

[Ссылка на регистрацию участников](#)

09:30-11:30

НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ: ЗА СЧЕТ ЧЕГО ВОЗМОЖЕН РОСТ?

Мы много и с горечью говорим об ухудшении покупательской способности и падении спроса. Но так ли Россия одинока с этими проблемами и где можно найти новые возможности для роста?

Shopper trends: от глобальных до локальных

Константин Локтев, Директор по развитию бизнеса, Nielsen

E-commerce: с чего начинать и как реализовывать

Михаил Толоконников, Коммерческий директор, Ozon

Социально ответственный маркетинг: «Дикси улыбается детям вместе с Orbit»

Екатерина Гаврилова, Руководитель товарного направления БАКАЛЕЙНЫЕ ТОВАРЫ, Департамент закупок, Дикси
Анастасия Петроградская, Бренд менеджер Орбит, Ригли

ECR OSA HP – решение проблем OOS в реальном времени

Спикеры уточняются

Модератор сессии уточняется

12:00-13:15

ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ

Работа с покупателем в точках продаж: какой она должна быть и почему?

Эксперты рынка FMCG поделятся своим взглядом на текущую ситуацию и возможные сценарии развития событий.

Вопросы для обсуждения:

Какие цели мы преследуем активациями в трейде?

Что такое эффективное промо? Всегда ли речь идет о ROI?

Текущая ситуация: как строится годовой план поддержки в точке? Какие стратегии и подходы доминируют и чем они определяются?

Заглядывая в будущее: что должно измениться в работе с покупателем в точке, чтобы эффективность бизнеса росла?

Участники:

Светлана Лысенко, заместитель Директора по закупкам, METRO-CC,
Наталья Шепелева, Customer Planning & Activation Director, Mondelez
Алия Салахетдинова, Директор по коммерческим проектам, Лента
Марина Ольхина, Начальник управления трейд-маркетинга, Азбука Вкуса
+ спикеры уточняются

Модератор сессии: Людмила Крохина, независимый эксперт по шоппер-маркетингу, ECR Shopper Group Lead

14:15-15:45

БЕЗ ИССЛЕДОВАНИЙ?

Какие выводы можно сделать и какие решения предложить, исходя из анализа уже собранных данных?

Сезонные особенности промо-акций

Виктория Давитайа, Директор по работе с клиентами, GfK

Внутренние данные сети: оценка эффективности промо

Марина Ольхина, Начальник управления трейд-маркетинга, Азбука Вкуса
Максим Морозов, Ведущий консультант практики IBM Omni-Channel Merchandising IBM

Внутренние данные сети: строим Дерево Принятия Решений в категории

Алия Салахетдинова, Директор по коммерческим проектам, Лента
+ Спикер уточняется

[Модератор сессии уточняется](#)

16:15-18:00

ПРОМО ЗНАКОМОЕ И НЕ ОЧЕНЬ

Визуальные решения для поддержки активаций: тренды и кейсы

Ольга Будилова, Integer

Управление промо на основе стратегии дифференциации сети

Перекресток, Эфес, Mania
Спикеры уточняются

Новые коллекции сезона: Прилипалы за покупку

Dixy
Спикеры уточняются

Как увеличивать трафик в категорию, используя не только ценовые акции

Mars – Petcare
Второй участник и спикеры уточняются

[Модератор сессии уточняется.](#)

*) В программе возможны уточнения и дополнения