

ГЛАВНЫЕ ИГРОКИ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА:

Розничные сети, производители и дистрибьюторы, вместе с большим онлайн-ритейлом и маркетплейсами встречаются на ежегодной площадке BBCG 20 и 21 апреля, чтобы найти лучшие решения и скоординировать усилия по развитию электронных продаж.

20 апреля. Четверг, первый день

09:30–10:00 Регистрация участников, приветственный кофе



10:00–12:00

ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ.

Электронная торговля как драйвер трансформации глобального розничного рынка и бизнеса производителей

ТЕМЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- Как меняется инфраструктура рынка онлайн-торговли в России?
- Что привносит e-commerce в традиционные сети, какие перемены происходят в компаниях?
- Так ли сильна угроза зарубежных маркетплейсов?
- Экспорт онлайн: новые возможности для продвижения российских товаров.
- Перспективы мировых гигантов e-commerce в России. Как изменится стратегия развития зарубежных интернет-магазинов в России с введением НДС на трансграничные покупки?

МОДЕРАТОР:

Алексей Филатов,
председатель совета директоров, BBCG

УЧАСТНИКИ ДИСКУССИИ:

Марк Завадский,
директор по развитию, AliExpress в России и СНГ; генеральный директор, Alibaba Russia

Дмитрий Костыгин,
совладелец, председатель
совета директоров, «Юлмарт»

Соломон Кунин, генеральный директор, Goods

Михаил Кучмент,
совладелец, вице-президент, Hoff

Михаил Мамонов, управляющий директор,
Российский экспортный центр

Денни Перекальски,
генеральный директор, Ozon

Алексей Федоров, президент, АКИТ;
генеральный директор, «220 вольт»

12:00–12:30 Кофе-брейк



12:30–14:00 ПАНЕЛЬНЫЕ ДИСКУССИИ.

**1 Формирование уникального предложения
и расширение ассортимента интернет-магазина**

Боясь сокращения рыночных долей, крупные ритейлеры работают над увеличением своего ассортимента. «Евросеть» предлагает клиентам туристические путевки и билеты на развлекательные мероприятия. «Техносила» и «Юлмарт» расширили ассортиментные матрицы детскими товарами. «Эльдорадо» продает товары для дома и кухонные принадлежности. Wildberries предлагает большой выбор косметики. Сегодня эксперты спорят, насколько удачными были эти решения для компаний.

В то же время, специализированная розница усиливает специфичность ассортимента, делая ставку на «нишевые» товары, которые не продаются в массовом сегменте.

Как расширять свои «полки», увеличивая тем самым охват аудитории? Каким образом изучать и планировать спрос? В рамках сессии спикеры постараются ответить на эти вопросы и поделятся опытом по увеличению глубины и ширины своего ассортимента.

МОДЕРАТОР:

Максим Фалдин,
генеральный директор, LittleGentrys

СПИКЕРЫ:

Светлана Акимова, руководитель направления e-commerce, «Красный Куб»

Андрей Мигунов, сооснователь, генеральный директор, Poison Drop

Олег Пчельников, директор метапродукта «Ритейл», «Юлмарт»

Золина Саралпова, директор по развитию, Wildberries

Максим Шелуханов, директор по электронной торговле, «Техносила»

Мария Шалина, директор управления телекоммуникационных услуг и дополнительных сервисов, «Евросеть»

2 Нестандартные инструменты развития продаж e-commerce

Поведение потребителя постоянно меняется. Преимущества использования максимального количества релевантных каналов коммуникации с целевой аудиторией и анализа данных дают маркетологам возможность оптимизации расходов на рекламу. Несмотря на это, проблема роста трафика остается наиболее популярной среди онлайн-ритейлеров.

Со снижением уровня потребления, большой конкуренцией с зарубежными онлайн-магазинами и, в целом, прекращением роста интернет-аудитории встает вопрос, как привлекать новых клиентов? Какими сервисами пользоваться для анализа результатов проведенных кампаний? Как предвосхищать поведение потребителя, используя Customer Experience? В рамках сессии эксперты поделятся новыми нестандартными способами привлечения трафика.

МОДЕРАТОР:

Антон Козлов, сооснователь, управляющий партнер, 4fresh

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Give back в 4fresh.ru — как новая форма единения со своими клиентами позволяет строить российский iherb»

СПИКЕРЫ:

Сергей Ашин, основатель, генеральный директор, «Шефмаркет»

Максим Власов, руководитель интернет-проектов, «Шатура»

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Реклама в сети. Оптимальные решения с эффективным вложением»

Егор Ланько, директор департамента по омниканальной торговле, «Азбука вкуса»

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «7 есот-рецептов от шеф-повара кухни Азбуки Вкуса Онлайн»

Евгений Михальский, заместитель генерального директора, «Буквоед»

Анна Ставнийчук, директор по развитию бизнеса, Teleperformance Russia Group

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Voice of the Customer: улучшаем Customer Experience с помощью поэтапной аналитики данных контактного центра»



15:00–16:30 ПАНЕЛЬНЫЕ ДИСКУССИИ.

1 М-commerce в действии

Россия является пятым в мире рынком по числу скачиваний мобильных приложений. Ритейлеры рассматривают мобильную коммерцию как наиболее перспективное направление для инвестиций. По последним данным, 65% пользователей совершают покупки с мобильных устройств. Тем не менее, исследование Forrester Consulting говорит о том, что 55% бюджетов на мобильную рекламу расходуется неэффективно. Важна также оценка самих рекламодателей: 66% считает, что половина рекламы не достигает своих целей.

Как выстраивать работу с покупателем в mobile? SMS-рассылки, мессенджеры, реклама в мобильных версиях социальных сетей: комбинация каких сервисов позволяет достичь наибольшей конверсии? Мобильное приложение как инструмент повышения лояльности и роста числа покупателей.

2 Новые идеи в онлайн-мерчендайзинге: как эффективно предлагать и рекомендовать товар?

Основной аргумент при совершении покупки в интернет-магазине — это возможность подробно рассмотреть, масштабировать и сравнить товар. Большое значение также имеют релевантные рекомендации и отзывы других покупателей. Несмотря на это, многие сайты продолжают терять лояльную аудиторию из-за отсутствия знаний и опыта в онлайн-мерчендайзинге.

Как правильно оформить интернет-магазин, чтобы обеспечить максимальную конверсию? Какими сервисами и опциями должен обладать коммерчески эффективный ресурс? Участники дискуссии расскажут также о методах стимулирования покупок средствами онлайн-мерчендайзинга.

МОДЕРАТОР:

Михаил Осин, директор web-приложений, Ozon

СПИКЕРЫ:

Алексей Овчаров, директор по развитию, Shazam

Нильс Тонзен, сооснователь, генеральный директор, Lamoda Group

Артур Чистяков, директор дистанционных продаж, «Тануки» и «Ерш»

МОДЕРАТОР:

Николай Козак, интернет и e-commerce директор, Leroy Merlin Russia

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Как продавать в сети — Зензубель, диммер, шлегель...»

СПИКЕРЫ:

Андрей Вербицкий, генеральный директор, Airbnb в России и Восточной Европе

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Как дизайн сайта влияет на доверие пользователей?»

Олег Калмахелидзе, начальник отдела развития мультимедийных проектов департамента интернет продаж, «Спортмастер»

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Сервисы и опции для коммерчески эффективного ресурса»

Ксения Родионова, руководитель группы по развитию платформы, myToys

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ: «Как сделать поиск на сайте эффективным инструментом продаж?»

16:30–17:00 Кофе-брейк



17:00–18:30 СПЕЦИАЛЬНАЯ СЕССИЯ.
Нейромаркетинг: новый подход к привлечению целевого трафика в интернете

СПИКЕР:

Артем Овечкин, российский предприниматель; владелец нескольких бизнес-проектов; агентство прикладного нейромаркетинга Agnu, сеть школ йоги Kaula, сервис для тренировки мозга Wikium; создатель и директор по маркетингу, стриптиз-клубы Virgins и Burlesque

18:30 фуршет, завершение первого дня форума

09:30–10:00 Регистрация участников, приветственный кофе



10:00–11:30 **Финансовые сервисы и платежная инфраструктура ритейла**
СОВМЕСТНО С «ЮЛМАРТ»

ТЕМЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- Платежные привычки клиентов — рост безналичных расчетов, Apple — Samsung PAY.
- Вызовы и возможности онлайн-кредитования.
- Влияние изменений 54-ФЗ на бизнес-процессы.
- Формулы дополнительной монетизации: страхование, прием платежей.

МОДЕРАТОР:

Михаил Дайхин, директор управления по развитию финансовых технологий, «Юлмарт»

УЧАСТНИКИ

Евгений Еськин, руководитель отдела корпоративного казначейства, «М.Видео»

Дарья Зайцева, директор по развитию платежных решений, AliExpress в России и СНГ

Богдан Калиновский, IT-директор, «Московский ювелирный завод»

11:30–12:00 Кофе-брейк



12:00–14:00 **СЕССИЯ ДВУСТОРОННИХ**
КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРЕГОВОРОВ

ВСТРЕЧИ В ФОРМАТЕ 1:1.

Переговоры крупных торговых интернет-площадок (маркетплейсов и онлайн-гипермаркетов) с магазинами и поставщиками товаров на предмет сотрудничества.

GOODS

Олег Дубровни, коммерческий директор
Роман Гузиков, директор по продажам

LAMODA GROUP

Даниил Баркалов, директор, Lamoda маркет
Анна Рыбалкина, руководитель группы по привлечению партнеров (marketplace)

ALIBABA GROUP

Дмитрий Селихов, менеджер по развитию бизнеса AliExpress

WIDBERRIES

Золина Саралпова, директор по развитию

TRADE EASE

Кино Квок, генеральный директор
Константин Манжеханов, региональный менеджер

OZON

Елена Бондаренко
Олег Медведев, менеджер категории DIY

BUTIK.RU

Ольга Дмитриева, бренд-менеджер отдела закупок направления «одежда»

Сергей Телеватуок, директор отдела закупок

Наталья Щербак, бренд менеджер отдела закупок направления «одежда»

12:00–14:00

КРУГЛЫЙ СТОЛ.

Открытие интернет-магазина с нуля: на что стоит обратить внимание и к чему готовиться, прежде чем принять решение о запуске канала e-commerce

ТЕМЫ ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- Omnichannel fulfillment — как связать розничные магазины и интернет-магазин?
- Какой минимум ресурсов достаточен для старта и поддержки e-commerce канала?
- Продажа товаров класса люкс в интернете: за и против.
- Как снизить риски при запуске?

МОДЕРАТОР:

Максим Росляков,
ex-директор по e-commerce, ЦУМ

УЧАСТНИКИ:

Александр Вологодский, e-commerce директор,
Benetton Россия и СНГ

Олег Кайдалов, генеральный директор,
TAG Heuer (LVMH)

Павел Кузьмин, руководитель интернет-
магазина и программы лояльности, OBI

Денис Кучеров, e-commerce директор, Cross

Тамара Миминошвили, руководитель,
ReimaShop.ru и LassieShop.ru

Офелия Шафир, директор интернет-проектов,
Ideas4Retail

Егор Шевлягин, e-commerce менеджер,
Mars Wrigley Confectionery

14:00–15:00

Обед



15:00–16:30

ПАНЕЛЬНЫЕ ДИСКУССИИ.

Логистика в онлайн-торговле: как эффективно управлять движением товара?

Создание эффективной системы товарооборота является одним из главных конкурентных преимуществ ритейлера. Этого невозможно достичь без хорошо технически-оснащенной логистической инфраструктуры, отсутствие которой — одна из ключевых проблем современных интернет-магазинов. Из-за ошибок в логистике, которые есть у 95% компаний, по некоторым данным, теряется до 5% оборота.

Как организовать управление логистическими операциями в собственном онлайн-магазине?

Какие решения позволяют оптимизировать цепочки доставки и эффективно применяются в российских компаниях?

СПИКЕРЫ:

Илья Николаев, начальник управления
дистанционной торговли, «Связной»

Бернд-Михаэль Пёчке,
генеральный директор, «Арвато Рус»

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ:

«Let's make your clients happy»

Флориан Янсен, сооснователь,
управляющий директор, Lamoda Group

16:30

Завершение форума