

ПРОД ФОРУМ МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

13-14 ФЕВРАЛЯ 2014

ВЫСТАВКА «ПРОДЭКСПО», МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР

НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

8-Й ФОРУМ МАРКЕТОЛОГОВ И РЕКЛАМИСТОВ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА

В ПРОГРАММЕ ПРОДФОРУМА:

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ПРОГРАММА

для маркетологов и рекламистов

БОЛЕЕ 25 ВЫСТУПЛЕНИЙ

от мастеров в области брендинга, маркетинга и рекламы

15+ КЕЙСОВ

от держателей ведущих рекламных и брендинговых агентств

ГЛАВНЫЕ ТЕМЫ ПРОДФОРУМА:

- Маркетинг и реклама на продовольственном рынке России в 2014 году
- Опыт вывода маржинального продовольственного бренда и захвата новых ниш и сегментов рынка
- Технологии разработки креативной рекламной идеи
- Практические инструменты анализа эффективности работы отдела маркетинга

УЧАСТНИКИ ПРОДФОРУМА:

Более 200 компаний:

Поставщики и производители кондитерских изделий, снеков, бакалеи, мясной гастрономии, молочных продуктов, напитков, рыбы, заморозки и других товарных категорий

Те, кто

выводят новые бренды и развивают существующие, и хотят сделать это максимально эффективно

уже имеют сформированный портфель брендов, и хотят увеличить продажи

ПОДАЙТЕ ЗАЯВКУ ПО РАННЕЙ СТОИМОСТИ:

Т. (495) 730-79-06

e-mail: imperia@imperiaforum.ru,
www.prodforum.ru

13 ФЕВРАЛЯ, ЧЕТВЕРГ

9:30-10:15 РЕГИСТРАЦИЯ, WELCOME-COFFEE

10:15 – 12:00 ФОКУС-СЕССИЯ:

Зал «Стеклянный купол»

МАРКЕТИНГ, СОЗДАЮЩИЙ ПРИБЫЛЬ: БРЕНД СТАНОВИТСЯ ХИТОМ

В 2013 году объем рынка рекламы вырос на 11%. В ситуации экономической нестабильности, когда владельцы и топ-менеджеры, по идее, должны снижать издержки и «закручивать» гайки, бюджеты на продвижение растут. Насколько эффективно они расходуются в России? Ответ на этот вопрос может оказаться печальным... Какие инструменты в 2014 году позволят тратить на маркетинг и рекламу меньше, а зарабатывать больше?

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Тренды на рынке продовольственной рекламы России: что было, что есть, что будет?
- Ключевые модели покупательского поведения и основные тренды потребления продуктов питания в 2014 году
- Инструменты продовольственного маркетинга, которые будут работать в 2014 году
- Построение маркетинговой стратегии на падающем рынке
- Стратегия выстраивания таргетированной рекламной кампании в новых медиа (на примере самой популярной в России социальной сети Вконтакте)

МОДЕРАТОР:

ЕВГЕНИЙ БОЙЧЕНКО,

Руководитель программы МВА, МИРБИС

СПИКЕРЫ:

БОРИС ЕРЕМИН,

Президент Российского филиала, IAA

МИЛЁХИН АНДРЕЙ,

Президент, Ромир

★ **ГРИГОРИЙ ТРУСОВ,**

Президент, Контакт-эксперт

АЛЕКСАНДР КРУГЛОВ,

Евангелист, Вконтакте

★ **КСЕНИЯ КАСЬЯНОВА,**

Вице-президент, Контакт-Эксперт

12:00 – 12:30 КОФЕ-БРЕЙК, СВОБОДНОЕ ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ

Организатор:


www.imperiaforum.ru

Тел/факс: +7 (495) 730 7906, +7 (812) 327 4918
e-mail: imperia@imperiaforum.ru
www.prodforum.ru

Генеральный партнер:


МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

12:30 – 14:00 ФОКУС-СЕССИЯ:

СОЗДАНИЕ КРЕАТИВНОЙ РЕКЛАМЫ: ИДЕИ, ТЕХНОЛОГИИ, ИНСТРУМЕНТЫ

КЕЙСЫ:

- Технологизация творчества в рекламе: Технологии ТРИЗ, позволяющие разрабатывать креативные рекламные идеи
- Co-creation: Создание новых маркетинговых и бизнес решений в условиях непрерывных изменений
- Мозговой штурм – секретное оружие креативщика: Программа развития навыков модераторов мозговых штурмов

СПИКЕРЫ:

ВАЛЕНТИН ЛОПАН,
Директор, Агентство Деловых Связей

ВАДИМ ШИРЯЕВ,
Президент, СОМАР, Вице-президент РАМУ,
Председатель комитета инновационного
маркетинга Гильдии маркетологов

МАКСИМ ГИРИН,
Вице-президент СОМАР, член Совета Гильдии
Маркетологов

14:00 – 15:00 ЛАНЧ, СВОБОДНОЕ ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ

15:00 – 17:00 ФОКУС-СЕССИЯ:

ВЫВОД И ПРОДВИЖЕНИЕ FOOD-БРЕНДА: РЕКЛАМНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАСШИРЕНИЯ РЫНКА СБЫТА

КЕЙСЫ:

- Вывод бренда Mullin Paras на российский рынок: Специфика нейминга, брендинга и дизайна биржевых продуктов
- Вывод продукта Gazer за пределы локального рынка: Как простой лимонад становится брендом?
- Медийные инструменты захвата доли высоконкурентного рынка для локального производителя мясных продуктов

СПИКЕРЫ:

АЛЕКСЕЙ ФАДЕЕВ,
Творческий директор, партнер, Depot WPF

АЛЕКСЕЙ ЦАРЕГОРОДЦЕВ,
Генеральный директор REALPRO

АНДРЕЙ ГУБАЙДУЛЛИН,
Креативный директор, Рекламное агентство Восход

BATTLE-СЕМИНАР:

РЕАЛЬНЫЙ БРЕНД НА 200%: КАК СДЕЛАТЬ МАРОЧНЫЙ КАПИТАЛ СВЕРХМАРЖИНАЛЬНЫМ И СВЕРХУСПЕШНЫМ

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Препарируя бренд: отказ от мифов и переход к брендинговой реальности
- Формирование и интегрирование индивидуального бренда и портфельной целостности
- Техники и методики формирования иррациональной привлекательности бренда
- Пути корректировки существующего марочного капитала и современные особенности ребрендинга

СПИКЕРЫ:

★ **НИКОЛАС КОРО,**
Главный куратор Исследовательского Центра Брендменеджмента и Брендтехнологий (RCB&V) Группы компаний «РЕЛАНД»

НИКОЛАЙ ГРИГОРЬЕВ,
Коуч и медиатор, Топ-менеджер с более чем 20 летним опытом работы

17:00 – 17:30 КОФЕ-БРЕЙК, СВОБОДНОЕ ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ

17:30 – 19:00 СПЕЦИАЛЬНОЕ ВЫСТУПЛЕНИЕ:

ПАРТИЗАНСКИЙ МАРКЕТИНГ: МАЛОБЮДЖЕТНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ СВОЕГО ТОВАРА ЧУЖИМИ РУКАМИ

- Как отслеживать эффективность рекламы и поднять отдачу на вложенный рубль
- Как рекламировать свой товар или услугу малобюджетными способами
- Какие рекламные инструменты работают не день-два, а месяцы и годы
- Как принимает решение Ваш покупатель и как использовать это знание
- Как переиграть конкурента, чей рекламный бюджет больше Вашего

ВЕДУЩИЙ:

АЛЕКСАНДР ЛЕВИТАС,
независимый бизнес-консультант и бизнес-тренер, Эксперт №1 по партизанскому маркетингу в России

Организатор:

Генеральный партнер:

14 ФЕВРАЛЯ, ПЯТНИЦА
10:00-10:30 WELCOME-COFFEE

10:30 – 12:00 КЕЙС-СЕССИЯ: Зал «Стекланный купол»

МАРКЕТИНГ-МИКС ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ НА ПОЛКЕ СЕТИ

Доля сетевого ритейла на продовольственном рынке России составляет, в зависимости от региона, от 30% до 70%. А доля импульсивных покупок в супер- и гипермаркетах, составляет 68%. Это значит, что самая жаркая битва разгорается именно «на полке»: как вывести новый продовольственный бренд в ТОП категории и заработать на продажах в сетях? Какие программы и кампании будут увеличивать продажи в сетях в 2014 году?

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Визуализация продовольственного бренда на полке сети: упаковка как рекламоноситель
- BTL-драйв: Создание ажиотажного спроса в точках продаж
- Программа лояльности в ритейле и с ритейлом: совместное продвижение товара поставщика
- Категорийный менеджмент для производителей и поставщиков кондитерских и молочных продуктов

МОДЕРАТОР:

ДАНИИЛ СОМОВ,

Главный редактор, ИД Retailer

СПИКЕРЫ:

АЛЕКСАНДР ИВАНОВ

Руководитель Управления программ лояльности, X5 Retail Group

ПОЛИНА КИСЕЛЕВА

Директор по маркетингу сети, Пятерочка

ИРИНА БОНДАРУК

Руководитель отдела маркетинга и рекламы, Авоська

БОРИС СЕМЕНОВ

Директор по маркетингу и развитию, Clever Group

ВАДИМ МАТЮШКИН

Заведующий кафедрой дизайна и рекламы, РГУИТП

СЕРГЕЙ ШАБАЛА

Генеральный директор, Третье чувство

Организатор:


www.imperiaforum.ru

Тел/факс: +7 (495) 730 7906, +7 (812) 327 4918
e-mail: imperia@imperiaforum.ru
www.prodforum.ru

Генеральный партнер:


МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

12:00-12:30 КОФЕ-БРЕЙК
СВОБОДНОЕ ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ

12:30 – 14:00 СЕМИНАР-СЕССИЯ: Зал «Стеклянный купол»

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА И ОТСТРОЙКА ОТ КОНКУРЕНТОВ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Запуск продовольственной торговой марки с нуля к успеху: где находится точка схождения зарубежного опыта и реалий российского рынка?
- Креативная стратегия и визуальные коммуникации, как необходимые условия продвижения в сегменте food

ВЕДУЩИЙ:

★ АРСЕН ДАНИЭЛЬ,

Основатель и креативный директор, Daniel Communication Design. В течение 20 лет жизни в Израиле занимал руководящие позиции в рекламных агентствах Saatchi&Saatchi, American Design Group, Diana Churges Studio, Wieder Sigawi Advertisings, WIZO

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РАСШИРЕНИЕ КАНАЛОВ СБЫТА: РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОЙ СЕТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Правила создания бренда розничной сети: нейминг, символика, фирменный стиль
- Разработка концепции и рекламной стратегии торговой сети
- Формирование оптимальной ассортиментной матрицы типовой для торговых точек
- Разработка системы управления персоналом сети

СПИКЕРЫ:

КИРА И РУБЕН КАНАЯН

Известные российские эксперты-практики в области розничной торговли и торговой недвижимости. Авторы книг «Мерчандайзинг», «Проектирование магазинов и торговых центров», «Торговая недвижимость: вызовы времени и перспективы», многочисленных статей и авторских методик для розничной торговли.

14:00-14:30 КОФЕ-БРЕЙК
СВОБОДНОЕ ОБЩЕНИЕ С КОЛЛЕГАМИ

14:30 – 16:00 СЕМИНАР:

Зал «Стеклянный купол»

Источники роста оборота продовольственной компании на падающем рынке

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕМЫ:

- Что важно учитывать в условиях продолжающегося замедления развития розничного рынка и российской экономики в целом?
- Ключевые ошибки и фундаментальные проблемы в работе российских компаний с информацией?
- Какая информация необходима для понимания реального положения дел в отрасли и принятия эффективных маркетинговых решений?

СПИКЕРЫ:

ИВАН ФЕДЯКОВ,
Генеральный директор, INFOline

МИХАИЛ БУРМИСТРОВ
Генеральный директор, INFOline-Аналитика

★ - Выступления гуру консалтинга и маркетинга из серии «Звезды Российского Консалтинга™»

* Организаторы оставляют за собой право вносить изменения в тематику докладов и пленарных заседаний. Организаторы не несут ответственность за отмену доклада в связи с форс-мажорными обстоятельствами, а также по причине заседаний Правительства, болезни, незапланированной командировки, внезапных семейных обстоятельств у докладчика и др.

ПОДАЙТЕ ЗАЯВКУ ПО РАННЕЙ СТОИМОСТИ:

Т. (495) 730-79-06

e-mail: imperia@imperiaforum.ru,
www.prodforum.ru