# XI Форум Директоров
# «МЕБЕЛЬ КАК БИЗНЕС»

24–25 ноября 2015, Москва, Экспоцентр

На выставке «Мебель-2015»

Организатор:

forum imperia
КОНГРЕССНО ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

Тел./факс: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
www.mebbiz.com

Генеральный партнер:

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

# ПРОГРАММА ФОРУМА*

## День-1. 24 ноября 2015, вторник

10:00 – 10:30 Регистрация участников, welcome coffee

**10:30-12:00 Стратегическая сессия:**

## 2015-2016: ЗОНЫ ОСОБОГО ВНИМАНИЯ ДЛЯ ДИРЕКТОРА МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

**Доля мебели в потребительских расходах россиян в 2015 году снизилась до рекордного минимального уровня 0,62%. Падение произошло у всех — от «Икеа» до маленьких магазинов. Но нынешний кризис для мебельной отрасли – не первый и не второй, и есть компании, которые не только выработали «иммунитет», но даже научились развиваться на падающем рынке. Какую стратегию выбирают лидеры отрасли в сегодняшней сложнейшей экономической реальности?**

**Ключевые темы:**

- Покупатель затянувшегося «не-сезона»: кто он, чего он хочет и как найти к нему подход?
- Ключевые показатели для диагностики мебельного рынка: динамика потребительского кредитования; объемы ввода жилой и офисной недвижимости. Прогнозы: оптимистичный и реалистичный
- Правда о рубле. Ценообразование при курсе «100». Стратегические выводы для предпринимателей
- «Живые» и «еще живые» сегменты мебельного рынка. Эконом, мидл или премиум? Шкафы, диваны или кухни?
- Потенциал рынков стран Таможенного союза и Центральной Азии для сбыта российской мебели
- Расставляем приоритеты: зоны особого внимания для руководителя мебельной компании. Маркетинг, каналы продаж, кадры, издержки

**Модератор:** ★ **Сергей Александров**, Основатель, Международный Мебельный Кадровый Центр

**Специальный гость:** ★ **Владимир Левченко,** управляющий, биржевой эксперт и ведущий радиостанции Business FM

**Приглашенные Спикеры:**

- **Александр Шестаков***, Президент, Ассоциация предприятий мебельной и деревообрабатывающей промышленности России, Президент, Холдинг «Первая мебельная фабрика»
- **Денис Аналбаев,** Директор по развитию, Планета мебели
- **Олег Ретанов**, Директор, Квейк
- **Николай Епишин**, Коммерческий директор, TORIS
- **Алексей Хранин,** Директор по продажам, Mr Doors

12:00 – 12:30 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами и Экспертами

**12:30-13:30 Фокус-сессия:**

## ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА ПРИБЫЛЬНОЙ РОЗНИЧНОЙ ТОЧКИ

**В любой сети есть ТОЧКИ – и есть точки… Точки, которые делают хороший оборот и приносят прибыль, и точки, от которых особых продаж никто уже не ждет. Опытные предприниматели давно выработали для себя правила, которым должен соответствовать салон: например, еще в 19 веке купцы предпочитали открывать лавки на пересечениях улиц – ведь два покупательских потока лучше одного. В этой сессии мы постараемся собрать вместе опыт руководителей различных сегментов мебельного бизнеса.**

**Ключевые темы:**

- Каким критериям должна удовлетворять современная розничная точка? Требования к салонам кухонь, корпусной и мягкой мебели
- Кандидат на закрытие: негативные признаки, по которым можно определить, что салон – «не жилец»
- 5 ключевых параметров при выборе местоположения салона. Секция в мебельном центре или отдельный магазин?
- Формула расчета потенциальной прибыльности розничной точки
- Контратака: как действовать, если рядом открылся салон-конкурент?
- Не затратные способы выделить секцию в ряду аналогичных

**Приглашенные Спикеры:**

- **Сергей Шиферсон,** Коммерческий директор, City&Malls PFM
- **Александр Мастерских,** Генеральный директор, Компания «Интердизайн»
- **Роман Ершов,** Заместитель генерального директора по продажам и маркетингу, ТД Аскона
- Представитель компании «Техно»

**13:30-14:15 Мастер-класс:**

## НЕВОЗМОЖНОЕ ВОЗМОЖНО: УПРАВЛЕНИЕ РЕКОМЕНДАЦИЯМИ, СОТРУДНИЧЕСТВО, СОТВОРЧЕСТВО

**Основная тенденция сегодняшнего дня – рынки больше НЕ растут. Это вынуждает компании с удвоенной силой бороться с конкурентами за клиентов. В то же время, постоянно происходящие изменения во внешней среде диктуют каждый раз новые правила игры. Что выгоднее делать сегодня – конкурировать или договариваться? Каким образом сделать рекомендации клиентов управляемыми? Как развивать бизнес совместно со всеми участниками цепочки поставок?**

**Ведущий:** ★ **Вадим Ширяев,** Международный бизнес-эксперт в области стратегии, управления знаниями, co-creation и инноваций. Один из немногих в России, кто может создать уникальные торговые предложения на базе позиционирования и co-creation. Помимо занятия бизнесом участвует в создании социальных проектов на федеральном и международном уровне.

**Ключевые темы:**

- Стадии управления взаимоотношениями с клиентами и ключевые характеристики;
- Примеры успешных сотруднических проектов на мебельном рынке;

- Правила построения взаимоотношений с участниками рынка (клиентами, поставщиками, партнерами, конкурентами).

14:15 – 15:00 Ланч, свободное общение с коллегами и Экспертами

**15:00-16:00 Ток-шоу:**

## ЕСЛИ ПОКУПАТЕЛЬ НЕ ИДЕТ: СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА-2016

**Нельзя сказать, что мебель совсем не покупают. Кто-то продолжает ремонт, кто-то въезжает в новую квартиру… И ведь не исчезли же люди, которые зарабатывают выше среднего! И хотя ажиотаж конца прошлого года «закрыл» значительную часть спроса – некоторый спрос все же есть. Реализовать его – наша с Вами задачи! Как сделать так, чтобы покупатель принес свои «кровно-заработанные» именно Вам?**

**Ключевые темы:**

- Как «протоптать дорожку» в салон от ближайших жилых и офисных объектов?
- «Гибридные продажи»: прицельная и эффективная работа с клиентом ещё ДО его прихода в магазин
- Создаем «зону притяжения»: оригинальное оформление входной группы торгового зала
- Что, кроме скидки, может подтолкнуть покупателя к принятию решения о покупке?
- Купил диван – 5 лет свободен! Современные решения, ускоряющие «возвращение покупателя»
- Секреты организации пост-продажного обслуживания. Сервис: инструмент лояльности или источник прибыли?

**Ведущая:** ★ **Наталья Баршева**, Руководитель первого специализированного маркетингового агентства для мебельщиков REKANA (среди клиентов - Кухонный Двор, NAYADA, Samet, Grass, Мебель Москва, Lamarty, Ладья, TORIS и др) , автор многочисленных публикаций в журналах «Фабрика мебели», «Генеральный директор», «Коммерческий директор», «Управление магазином», а также «ИНСТРУМЕНТАРИУМ» - книги прикладных маркетинговых инструментов, представленных в формате «проблема - решение». Провела более 150 успешных выставочных и маркетинговых проектов на мебельном рынке.

**Приглашенные спикеры:**

- **Антон Лучин,** Генеральный директор, Plaza Real
- **Наталия Пекшева,** Генеральный директор, Компания «Цвет диванов»
- **Эдуард Романовский**, Директор по развитию бизнеса, Мебелик Опт

**16:00-16:30 Специальное выступление:**

## ФОКУС НА ПРОЦЕСС, А НЕ РЕЗУЛЬТАТ, КАК КЛЮЧ К СИСТЕМНЫМ ПРОДАЖАМ

Огромное количество предпринимателей по всей стране при выстраивании процессов продажи в рознице делают акцент на конечный результат. Норма рынка для любого продавца - это мотивация на конечный результат продажи. Концентрируясь на конечном результате и выставляя на нем акцент, мы невольно забываем про то, как важно дать продавцу точные указания, как именно довести клиента до продажи

**Ключевые темы:**

- Методы построения и систематизации процесса продаж в мебельной компании
- Метод отслеживания и анализ конверсий. Как правильно измерить конверсию?
- Процесс выявления по-настоящему сильных и слабых продавцов
- Разбор кейсов по построению системы продаж мебели и управления процессом работы с клиентом

**Ведущий: Георгий Наврузбеков,** Директор по маркетингу и проектам, Фабрика кухни ZETTA, Ключевой разработчик систем взаимоотношениями с клиентами (CRM) компаний Фабрика Кухни ZETTA , Florange, InstaForex.

16:30 – 17:00 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

**17:00-18:00 Фокус-сессия:**

## УМНОЕ СНИЖЕНИЕ ИЗДЕРЖЕК: ЭВОЛЮЦИЯ МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ

**Одна из главных причин неконкурентоспособности российской продукции – огромные внутренние издержки. Работу, которую может сделать один немец или пол японца, у нас делают трое, а то и пятеро. Велики логистические затраты. Да и просто – как сказал классик – воруют… Можно ли решить перечисленные проблемы, урезая бюджет на маркетинг и сокращая персонал? С какой стороны подойти к технологичному снижению издержек?**

**Ключевые темы:**

- Где прячутся главные потери мебельного бизнеса?
- Какие ошибки чаще всего совершаются при лобовом «урезании костов»?
- Сокращать ли, если страдает бизнес?
- Снижать цены, повышая рентабельность – реально?
- Какие пути ведут к оптимальной организации мебельного производства?
- Как оптимизировать процессы на производстве малой кровью, при существующем оборудовании?
- Чем загрузить простаивающие производственные мощности?
- Ведение бизнеса «по-новому»: когда выгодно производить в России?

**Модератор: Константин Новиков,** Эксперт по бережливому производству

**Приглашенные Спикеры:**

- **Дитер Рецбах,** Ведущий консультант, HOLZ
- **Вячеслав Снегирев,** Ведущий эксперт-консультант ГК «Оргпром»

**18:15-19:15 Дополнительная секция:**

## СПЕЦИАЛЬНО РАЗРАБОТАННАЯ СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ИГРА НА ФОРМИРОВАНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

**Дополнительная секция проводится по специальному приглашению.**

# 25 ноября 2015 года

## Москва, ЦВК «Экспоцентр»

*Два события в один день*

Семинары
и мастер-классы из цикла
**ЗВЕЗДЫ РОССИЙСКОГО КОНСАЛТИНГА™**

**ПОДРОБНЕЕ**

Мастер-класс
Екатерины Богачевой
**МАГАЗИН МЕБЕЛИ: УПРАВЛЕНИЕ ЖЕЛАНИЕМ КУПИТЬ**

**ПОДРОБНЕЕ**

Организатор:
forum imperia
КОНГРЕССНО ВЫСТАВОЧНАЯ КОМПАНИЯ

Тел./факс: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
www.mebbiz.com

Генеральный партнер:
ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА

**СЕМИНАРЫ И МАСТЕР-КЛАССЫ ИЗ ЦИКЛА**

## ЗВЁЗДЫ РОССИЙСКОГО КОНСАЛТИНГА™

**День-2. 25 ноября 2015, среда**

10:00 – 10:30 Регистрация участников, welcome coffee

**10:30-12:00 Мастер-класс:**

## ПРОДАЁМ МЕБЕЛЬ ДОРОГО. КАК ВАМ ИЗ ПРОДАВЦА СДЕЛАТЬ АСА МЕБЕЛЬНЫХ ПРОДАЖ?

**Ведущий:** ★ **Сергей Александров,** Учредитель, Международный Мебельный Кадровый Центр, Генеральный директор Центра внедрения технологий продаж «ПрофРост». Среди клиентов – Мария, Великая Мебель Испании, Фабиан Смит, Лэзертач, Невские шкафы, фабрика кухни Plaza-Real, ТД Лазурит, холдинг Аксон и еще более 250 компаний. Автор первой книги о продажах на российском мебельном рынке «Секреты продаж на рынке мебели. 5 шагов технологии успеха».

**Этот тренинг для Вас, если в Вашей компании:**

- присутствует регулярная текучка торгового персонала
- одни продавцы продают хорошо, другие – плохо, третьи – очень плохо
- формируется система обучения продавцов-консультантов,
- продавцы Ваших дилеров также нуждаются в обучении

**Ключевые темы:**

- Как разработать методику и стандарты по увеличению продаж мебели и внедрить у себя в компании?
- Как составлять речевые модули продавцов, которые увеличивают продажи?
- Особенности и отличия продаж разных товарных групп: кухонь, корпусной мебели, мягкой мебели, матрасов и предметов интерьера
- Как составить сценарий занятий на отработку новых техник и их поддержание?
- Демонстрация «8 уроков по продаже мебели»

12:00 – 12:30 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

**12:30-13:30 Мастер-класс:**

## БОРЬБА ЗА КЛИЕНТА. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УДЕРЖАНИЯ КЛИЕНТОВ В КРИЗИС

**Ведущий:** ★ **Наталья Баршева**, Руководитель первого специализированного маркетингового агентства для мебельщиков REKANA (среди клиентов - Кухонный Двор, NAYADA, Samet, Grass, Мебель Москва, Lamarty, Ладья, TORIS и др) , автор многочисленных публикаций в журналах «Фабрика мебели», «Генеральный директор», «Коммерческий директор», «Управление магазином», а также «ИНСТРУМЕНТАРИУМ» - книги прикладных маркетинговых инструментов, представленных в формате «проблема - решение». Провела более 150 успешных выставочных и маркетинговых проектов на мебельном рынке.

**Ключевые темы:**

- Почему привлечение клиентов – это затраты, а удержание – инвестиции?!
- За какого клиента стоит побороться?
- Виды программ удержания (лояльности), доступные и эффективные для мебельных компаний даже с небольшим бюджетом
- Необходимые бизнес-процессы для внедрения программы лояльности в компании
- Что в итоге? Чем грозит компании игнорирование клиентов и каковы бонусы от внедрения программы лояльности

13:30 – 14:30 Ланч

**14:30 – 15:30 Семинар-практикум**

## КАК МЕБЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ПРИВЛЕЧЬ ДИЗАЙНЕРОВ И ДЕКОРАТОРОВ?

**Ведущий: Евгений Тюрин,** Ведущий маркетолог в области дизайна интерьера, автор-разработчик 10 методических пособий, ведущий видео-передачи «Дизайн в Личностях», владелец Климатической студии «БУРЕВЕНТ»

**Ключевые темы:**

- Снимем розовые очки. Кто ваш партнёр, и чего он хочет?
- 5 способов стать интересным для партнёра (История, УТП, Товар, Сервисы, Оружие)
- Кто Ваши конкуренты на мебельном рынке? Как с ними бороться?
- Техника переговоров с дизайнерами интерьеров: нейтрализуем возражения
- 3 практических рекомендации по Быстрому старту уже сегодня!
- Практические кейсы из мебельной отрасли

15:30 – 16:00 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

**16:00 – 16:50 Семинар-практикум**

## КАК РАБОТАТЬ ПРИБЫЛЬНО В ЭПОХУ ВЗАИМНЫХ НЕПЛАТЕЖЕЙ?

**Ведущий:** ★ **Сергей Илюха,** Генеральный директор, Центр антикризисного консалтинга ЛИГА КОММЕРСАНТОВ, экс-финансовый директор, СПАР-Тула. Признанный эксперт по договорным отношениям с розничными сетями. За 12 лет работы в дистрибуции и розничных сетях «Дикси» и SPAR лично участвовал в подписании более 1500 контрактов на поставку продукции в розничные сети

**Ключевые темы:**

- Почему возникают неплатежи?
- Типовые ошибки на начальном этапе сотрудничества с дилером
- 6 способов регулярной профилактики неплатежей
- Если не заплатили: алгоритм действий
- Кто может повлиять на решение вопроса?

**17:00 – 18:00 Мастер-класс**

## СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕБЕЛЬНОГО БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТЕ

**Ведущий: Евгений Севастьянов,** Генеральный директор компании «Открытая Студия». Один из ведущих специалистов в России по увеличению продаж с помощью сайтов и интернет-магазинов, выстраиванию стратегии продвижения бизнеса в Интернете.

**Ключевые темы:**

- Конкурентное окружение в мебельном бизнесе: почему нельзя работать по-старому?
- Ваши клиенты меняются: и снова, почему нельзя работать по старому?
- Поиск «несуществующего»: волшебные кнопки, аэрозоли, «золотые деревья»
- Цепочки принятия решений покупателя мебели: сколько покупателей уходят от Вас так ничего и не купив
- Схема развития мебельного бизнеса в Интернете: ключевые моменты стратегии контент-маркетинга и экспертного позиционирования
- Как подбирать инструменты для привлечения потенциальных клиентов в интернет-магазин мебели? Список основных инструментов
- Как построить систему генерации новых и повторных продаж через Ваш интернет-сайт?

**Как принять участие в Форуме:**

Тел./факс: **(495) 730-79-06, (812) 327-49-18**
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
http://mebbiz.com

**МАСТЕР-КЛАСС ЕКАТЕРИНЫ БОГАЧЁВОЙ**

# МАГАЗИН МЕБЕЛИ: УПРАВЛЕНИЕ ЖЕЛАНИЕМ КУПИТЬ

## День-2. 25 ноября 2015, среда

**+12% оборота только за счет знаний о мерчендайзинге! И никаких дополнительных вложений в рекламу, никакого нового торгового оборудования! Мерчендайзинг – революционная технология и система действий, направленных на успешное продвижение товаров через розничную сеть.**
**В мастер-классе используется опыт работы и внедрения уникальных методик мерчендайзинга мировых конкурентов. Впервые рассмотрим масштабное исследование о том, как сейчас покупатель желает изменить интерьер своего жилья, что покупает, на что меняет - формы, стиль, цветовая гамма.**

**Ведущая:** ★ **Екатерина Богачёва,** консультант в области брендинга и мерчендайзинга с 1995 г. Практикует в России, Прибалтике, Украине и Белоруссии, владелица торговой марки Академия Мерчендайзинга (дизайн и маркетинг для торговли), GLOBALTEAM International Marketing Consultants, Inc. (США), научный редактор перевода и соавтор глав учебника по мерчендайзингу Г. Сэнда «Принципы мерчендайзинга» (США), член совета экспертов «MBS», первый директор клуба Белорусских брендов, тренер по мерчендайзингу с 1999 года, автор книги-мультимедиа «Мерчендайзинг для сотрудников розничных предприятий», автор легендарных семинаров «Эффективный мерчендайзинг – управление желанием купить» и «Как сделать выставку максимально эффективной».

**Ключевые темы:**

- Ассортимент. Какова должна быть расстановка мебели?
- Персонал магазина. Какие материалы способны заменить продавца в магазине?
- Новинки. Что с ними делать и как их размещать?
- Причины упущенных возможностей
- Анализ запланированных и фактических покупок
- Основной стимул купить больше
- Причины покупки в количестве меньше запланированного
- Будущее мерчендайзинга и POS- коммуникаций

10:00 – 10:30 Регистрация участников, welcome coffee

## 10:30-12:00 Секция №1. Концепция магазина. Вид снаружи и внутри:

**Ключевые темы:**

- Что такое мерчендайзинг?
- Механизм действия мерчендайзинга
- Принцип создания удовлетворенного покупателя
- Изучение особенностей поведения потенциальной аудитории покупателей: психология поведения богатых и среднего класса, принципы размещения товаров с учетом этих особенностей
- Правила оформления входной зоны

12:00 – 12:30 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

## 12:30-13:30 Секция №2. Мерчендайзинг:

**Ключевые темы:**

- Концепция мерчендайзинга (три закона мерчендайзинга)
- Описание правил Запаса, Расположения и Представления
- Запас: ассортимент товарных групп, приоритетные позиции и основной ассортимент внутри товарных групп, распределение полочного пространства
- Расположение: где размещаются товарные группы, марки, виды на местах продажи, в каком порядке, каковы общие правила группировки (цвет, размер, цена и т.д.), акценты на определенных единицах
- Цветовая гамма торгового зала – влияние на видимость товаров
- Правила расположения товара вдоль стен

13:30 – 14:30 Ланч

## 14:30-15:30 Секция №3. Применение правил:

**Ключевые темы:**

- Эффективное применение концепции мерчендайзинга в торговых залах
- Как разместить товары на прилавке для взаимопродвижения и стимулирования покупателей.
- Как заставить покупателя осмотреть Ваши товары и побудить к покупке без усилий торгового персонала
- Что такое цветовые блокировки, сужение потоков, золотой треугольник, замедление потоков, для чего это надо и как это использовать для увеличения оборота магазина
- Какие товары как расположить, чтобы в целом продать на большую сумму
- Как организовать эффективное представление продвигаемых товаров.

- Как организовать оптимальное расположение товарных групп,
- Способы привлечения покупателей к определенным местам торгового зала.
- Планировка зала. Схемы торговых залов с указанием «горячих» и «холодных» зон
- Управление потоком покупателей внутри магазина
- Зональное расположение групп товаров
- Поведение покупателя. Как покупатель осматривает торговый зал. Золотая линия
- Правила оформления углов
- Правила расположения товара на полках. Лучшие места
- Создание видимости движения товара

15:30 – 16:00 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

**16:00-17:00 Секция №4. Продающие материалы:**

**Ключевые темы:**

- Представление: эффективный ценник, использование информационных и рекламных материалов, витринистика
- Правила использования POS-материалов: ценники, мобайлы, шелфорганайзеры, шелфтокеры, стикеры
- Правила создания рекламных материалов, цвета, размеры, шрифты

**Как принять участие в Форуме:**
Тел./факс: **(495) 730-79-06, (812) 327-49-18**
E-mail: imperia@imperiaforum.ru
http://mebbiz.com

★ - 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 болезни, незапланированной командировки, внезапных семейных обстоятельств у докладчика и др.