



ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА*

20 ноября 2012, вторник

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

10:30-12:00 Стратегическая сессия

РЫНОК МЕБЕЛИ-2013: РЕАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ И СКРЫТЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Казалось бы, мебельщики уже привыкли к падениям и взлетам потребительского спроса... Но вступление в ВТО нарушает сложившийся «баланс сил» на отечественном рынке. С одной стороны, это означает, что ряд компаний прекратят свое существование – в некоторых странах Китай уже практически «убил» местное производство. С другой стороны, перемены – это потенциальные возможности для опережения конкурентов и захвата новых рыночных ниш. И использовать эти возможности сможет тот, кто лучше других представляет себе реальную ситуацию на рынке и понимает тенденции завтрашнего дня.

Ключевые темы:

- Взлеты и падения мебельного рынка России после вступления в ВТО. Изменение конкурентной ситуации в разных регионах и разных ценовых сегментах. Производители, дистрибьюторы, ритейлеры
- Рейтинг рисков-2013: главные причины разорения мебельных предприятий. Как поставить диагноз своей компании?
- Потребительские предпочтения: сезон 2012-2013. В какую сторону меняются вкусы покупателей? На что ориентироваться производителям и оптовикам? Как решить проблему сезонности?
- Перспективы развития розничных форматов в России: неорганизованная розница; франчайзинговые сети производителей; мебельные центры; сети формата DIY; сети FMCG. Региональные особенности
- «Лучшие практики» для отечественных производителей: европейский опыт построения мебельного бизнеса

Приглашенные спикеры:

- **★ Михаил Бурмистров**, Генеральный директор, INFOline-Аналитика, Член Экспертного совета при ФАС РФ по развитию конкуренции в сфере розничной торговли
- **Ефим Кац**, Генеральный директор, Мебельная фабрика Мария
- **★ Сергей Александров**, Генеральный директор Центра внедрения технологий продаж «ПрофРост», учредитель Международного Мебельного Кадрового Центра
- **★ Кирилл Киселев**, Независимый эксперт, Директор по закупкам с опытом работы в розничных сетях kika/Hoff, АШАН, М.Видео

- **Элина Марданова**, Заместитель начальника отдела технического развития предприятий ВОС по вопросам маркетинга, опыт работы на позиции начальника отдела маркетинга в компаниях «Global Edge», «8 Марта», сети магазинов «Техно – Эксперт», канд. эк. наук.

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

12:30-14:00 Розничная сессия

В ЗОНЕ ОСОБОГО ВНИМАНИЯ: ТЕХНОЛОГИИ РОЗНИЧНЫХ ПРОДАЖ МЕБЕЛИ

Если покупатель не находит нужный ему товар – он просто откладывает покупку на неопределенный срок, или находит другое применение своим деньгам. Если же товар не находит своего покупателя, то рано или поздно производство останавливается... Вы когда-либо покупали мебель в России? Тогда Вы знаете: это непросто. Непросто найти то, что Вам нужно; непросто найти продавца, который поможет Вам сделать выбор; непросто получить качественный сервис. Эта сессия посвящена тому, как производителями и ритейлерам помочь покупателям в их нелегком деле.

Ключевые темы:

- Разработка концепции мебельного салона. Как дифференцироваться от конкурентов внутри большого мебельного центра?
- Настройка магазина на продажи: «убираем барьеры» перед Клиентом
- Эффективный рекрутинг, обучение и управление командой продавцов розничной торговой точки
- От розничной точки – к розничной сети: как «тиражировать» мебельный магазин? Типовые проблемы и рекомендации
- Формирование эффективной ассортиментной матрицы: точки зрения производителя, дилера и ритейлера
- «Когда клиент неправ» или как защититься от потребительского рэкета?

Планируемые спикеры:

- **Александр Воищев**, Директора по маркетингу, «Феликс», канд.эк. наук
- **Ирина Болотова**, JosDeVries The Retail Company (Нидерланды)
- **Сергей Гущин**, Директор, АНО «Центр экспертиз и контроля качества мебели»
- **Сергей Шиферсон**, Коммерческий директор, УК «Экспострой»
- **Евгений Дятлов**, экс-Директор по маркетингу, «Ново мебель»
- **Ольга Ягудина**, Руководитель программ обучения, Международный Мебельный Кадровый Центр

14:00 – 14:40 Ланч

14:40-16:10 Интернет-сессия

ВИРТУАЛЬНЫЕ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ РЕАЛЬНОЙ ПРИБЫЛИ. ПРОДВИЖЕНИЕ И ПРОДАЖИ МЕБЕЛИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Что главное для покупателя при выборе места покупки? Широта ассортимента, близость от дома, низкая цена... Да, конечно, при выборе мебели очень важно и «потрогать», и по-человечески пообщаться с опытным продавцом. Но сегодня весь имеющийся в природе ассортимент и все возможные цены покупатель может изучить, не выходя из дома. Поэтому интернет становится стратегическим каналом сбыта, и на его просторах разгораются настоящие конкурентные войны.

Ключевые темы:

- Рынок интернет-торговли мебелью: Москва, Санкт-Петербург, города миллионники и ниже. Перспективы данного канала сбыта для российских производителей, дилеров, ритейлеров
- Популярные ошибки при создании интернет-магазинов и как их избежать. Что такое «правильная структура», «правильный дизайн», «правильный ассортимент», «правильная ценовая политика»: критерии оценки
- Как не потерять покупателей и объединить преимущества традиционной и электронной форм розничной торговли?
- Методы интернет-поддержки розничных продаж: социальные сети, блоги и другие «новые медиа»
- «За» и «против» попадания в «первую мебельную десятку» Яндекс: стоит ли игра свеч?
- Применение интернет-инструментов в сегменте b2b: виртуальное взаимодействие «поставщик-покупатель»

Планируемые спикеры:

- **Михаил Шестоперов**, Начальник отдела Интернет продаж, Фабрика мебели РОНИКОН
- **Алексей Павлык**, Управляющий партнер, Ритейл Экспертиз, экс-генеральный директор Dostavka.ru, экс-директор департамента розничных продаж сети магазинов «Старик Хоттабыч».
- **★ Наталья Баршева**, Директор по маркетингу, МДМ-Комплект; основатель и директор первого специализированного рекламного агентства для мебельщиков РЕКАНА
- **Сергей Ерофеев**, Руководитель направления Интернет продаж, Интернет-Агентство Registratura.ru
- Представитель компании «Ашан»

16:10 – 16:30 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

16:30-18:00 Промо-сессия

ДВИГАТЕЛЬ МЕБЕЛЬНОЙ ТОРГОВЛИ: ИНСТРУКЦИЯ ПО ЭКСПЛУАТАЦИИ

Какая реклама мебели самая действенная: радио, теле, в газете, журнале или на транспорте? Единственного правильного ответа на этот вопрос нет, как нет и одной таблетки от всех болезней – как бы нам этого не хотелось. И все чаще звучит мнение: первичен не носитель рекламы, а та рекламная идея, которую мы хотим донести до потенциальных покупателей. Идеями мебельный рынок не блещет, 95% компаний рекламируют себя с помощью однообразных



V ФОРУМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ДИЛЕРОВ «МЕБЕЛЬ КАК БИЗНЕС»

20-21 ноября, Экспоцентр

модулей в каталогах. Эта сессия – для тех, кто хочет расширить свой рекламный инструментарий.

Ключевые темы:

- От правильно составленного «Портрета потребителя» к выбору целевых СМИ и эффективному рекламному сообщению
- Мониторинг эффективности рекламы и продаж. Как узнать какая реклама работает, а какая нет, воруют ли ваши продавцы, почему покупают, а самое главное - почему НЕ покупают в вашем магазине?
- Сотрудничество производителя и продавца в рамках рекламной политики: общее; отличия; зоны пересечения интересов
- Промо-активность в мебельном центре: рекламные и не рекламные методы привлечения покупателей в секцию
- Покупатель «на всю жизнь» или формирование лояльной аудитории при редких покупках: как заставить покупателя вспомнить о вас через 5 лет? Как превратить покупателя в «бесплатного рекламного агента»?

Модератор: ★ **Олег Макаров**, Партнёр «Консалтинговой Группы TCG», Маркетинг-директор и директор по продажам с 17-летним практическим опытом, Бизнес-тренер, автор русского текста книги «Путь торговли», соавтор книги «The Way Of Trading», ex-Директор по брендингу ГК «Виктория».

Планируемые спикеры:

- **Мурад Калаев**, Директор по стратегическому маркетингу, ФОРЕМА-Кухни
- **Екатерина Бабилова**, Директор каталога «BLIZKO Ремонт», ИД «АБАК-ПРЕСС» (Нижний Новгород)
- **Илья Уваров**, Управляющий партнер, RETAILITY
- **Андрей Мудрый**, Эксперт по управлению продажами, работал на руководящих позициях в компаниях «Mr.Doors», «Мебельная Компания АЛЬДО», «Паркет Холл», «Экспедиция»
- Представитель компании МАКМАРТ

Организатор:


imperia
www.imperiaforum.ru

Генеральный партнер:

 **ЭКСПОЦЕНТР**

Контакты:

Тел./факс: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18
E-mail: sales@imperiaforum.ru
Web: mebel.imperiaforum.ru

21 ноября 2012, среда

10:00 – 10:30 Welcome coffee

10:30-12:00 Мастер-класс для руководителей компаний-производителей и директоров по маркетингу
МЕБЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ «ПО ПОНЯТИЯМ»

Ведущая: ★ **Наталья Баршева**, Директор по маркетингу, МДМ-Комплект; основатель и директор первого специализированного рекламного агентства для мебельщиков РЕКАНА. Среди клиентов «РЕКАНЫ» - компании «Мария», «ТРИО», «Кухонный двор», «Формула дивана», «WOODRIGHT», «Одинцово» и др.

Ключевые темы:

- Что мерить? Показатели эффективности
- Жизненный цикл продукта/компании
- Сегментирование: ищем своего клиента
- Конкурентный анализ. Что нужно знать о конкурентах?
- Продукты-звезды и продукты...собаки
- Правильные цены и неправильные скидки
- Выбор приоритетного канала продаж
- Продвижение: традиционное и не очень
- Тест на хорошего маркетолога



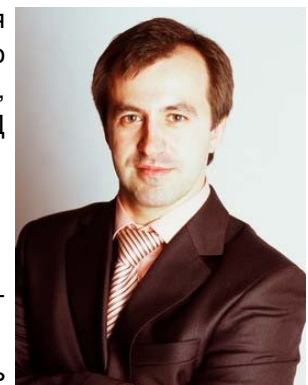
12:00 – 12:30 Кофе-брейк, свободное общение с коллегами

12:30-14:00 Мастер-класс для коммерческих директоров и руководителей отделов продаж
ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА ОПТОВЫХ ПРОДАЖ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ

Ведущий: ★ **Сергей Александров**, Генеральный директор Центра внедрения технологий продаж «ПрофРост», учредитель Международного Мебельного Кадрового Центра. Среди клиентов – «Мария», «Диваны и кресла», «Великая Мебель Испании», «Фабрикан Смит», «Лэзертач», «Невские шкафы», фабрика кухни «Plaza-Real», ТД «Лазурит», холдинг «Аксон» и еще более 100 компаний.

Ключевые темы:

- Что на самом деле мешает менеджерам делать «холодные» звонки - неочевидные причины очевидных проблем.
- Почему трудно работать с новыми клиентами, и как значительно упростить процесс.
- Почему менеджеры не хотят искать новых клиентов.
- Как организовать процесс так, чтобы менеджер по продажам был «заточен» на постоянное расширение клиентской базы и увеличение количества новых клиентов.



- Как оценивать работу сотрудников отдела продаж - основные критерии, которые надо учитывать в системе оплаты труда..
- Как ввести нового сотрудника (менеджера) в должность, чтобы через 2 часа он уже начал делать холодные звонки.
- Какие отчеты обязательно должны быть у руководителя для оценки и контроля эффективности работы отдела активных продаж.

14:00 – 15:00 Ланч

15:00-16:00 Мастер-класс для генеральных, финансовых директоров и директоров по персоналу

КАК «НАСТРОИТЬ» КОМПАНИЮ НА ЭФФЕКТИВНУЮ РАБОТУ?

Ведущий: ★ **Алексей Клочков**, к.э.н., Основатель и владелец **First Training Group** – компании № 1 в России по разработке и внедрению Системы KPI, MBO и BSC, Систем мотивации и оценки персонала; автор делового бестселлера «KPI и мотивация персонала»; один из ведущих экспертов России и стран СНГ в области управленческого консалтинга



Ключевые темы:

- Недостатки систем мотивации, используемых сегодня в производственных, дистрибьюторских и розничных компаниях мебельного рынка
- Производительность низкая, продаж мало, но сотрудники постоянно требуют повышения зарплаты... что делать?
- Почему европейские компании в 3 раза более эффективны? Кто и как может с ними конкурировать?
- Как, используя систему KPI, больше продавать и зарабатывать, снизить затраты и высвободить время руководителей?
- Примеры KPI: производство; отдел продаж; розничная точка

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

16:30-18:00 Семинар для владельцев и руководителей мебельных компаний, специалистов по рекламациям, руководителей ОТК, начальников производств

УРЕГУЛИРОВАНИЕ КОНФЛИКТОВ С ПОКУПАТЕЛЯМИ Что нужно знать о законах и требованиях к продавцам и производителям мебели, чтобы отстоять свою позицию

Ведущий: **Сергей Гуцин**, Директор «Центра экспертиз и контроля качества мебели», член управляющего совета директоров НП «Союз предприятий и работников мебельной и деревообрабатывающей промышленности Северо-запада», член технического комитета ТК-135 «Мебель» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (РОССТАНДАРТ), член НП «Национальная палата судебной экспертизы»



Ключевые темы:

- Нормативные документы в области изготовления и реализации мебели
- Новое в действующих стандартах и правилах торговли
- Правила, порядок и особенности системы сертификации, обязательной для мебельной продукции мебели
- Новая редакция Федерального Закона РФ «О защите прав потребителей». Особенности заключения договоров купли продажи или индивидуального заказа/подряда.
- Гарантийные обязательства на различные виды мебели, документы, регламентирующие обязательства и даты отсчета начала гарантии.
- Когда прав потребитель, и как Федеральный Закон «О защите прав потребителей» может быть использован продавцом и потребителем для защиты своих прав.
- Отношения, не регулируемые законодательством о защите прав потребителей

МАЛЫЙ ЗАЛ

10:00-17:00

Впервые в рамках Форума

Мастер-класс

МЕРЧЕНДАЙЗИНГ В МЕБЕЛЬНОМ САЛОНЕ

Мерчендайзинг – революционная технология и система действий, направленных на успешные продажи товаров в рознице.

Автор и ведущий семинара: ★ **Богачёва Екатерина**, консультирует 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».



«...Мой корпоративный клиент, торговая марка «Дятьково», буквально за полтора года поднялся из третьей десятки на третье место в рейтинге российского мебельного рынка. Произошло это, в первую очередь, благодаря концепции мерчендайзинга, увеличившей продажи на 30%».

Программа предназначена для маркетологов и руководителей магазинов мебели, которые имеют полномочия по перестановке мебели и освещения, управляют дизайнерами по оформлению мебельного салона



V ФОРУМ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ И ДИЛЕРОВ «МЕБЕЛЬ КАК БИЗНЕС»

20-21 ноября, Экспоцентр

Программа Мастер-класса:

- I часть. Розничная торговля: как повысить производительность. Что влияет на продажи в рознице
- II часть. Магазин. Технология получения максимальной прибыли.
- III часть Требования покупателя к магазину мебели.
- IV часть. Расположение товара в торговом зале. Правила.
- V часть. Основные принципы мерчендайзинга.
- VI часть. Правила организации освещения торгового зала
- VII часть. Организация мерчендайзинга в компании

Как принять участие в Форуме:

Тел./факс: **(495) 730-79-06, (812) 327-49-18**

E-mail: imperia@imperiaforum.ru
mebel.imperiaforum.ru

★ - Выступления гуру маркетинга и консалтинга 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.

Организатор:


imperia
www.imperiaforum.ru

Генеральный партнер:

 **ЭКСПОЦЕНТР**

Контакты:

Тел./факс: (495) 730 79 06, (812) 327 49 18
E-mail: sales@imperiaforum.ru
Web: mebel.imperiaforum.ru