

# DIY & HOUSEHOLD RETAIL RUSSIA 2022

16 ЕЖЕГОДНЫЙ БИЗНЕС-САММИТ  
ЛИДЕРОВ ИНДУСТРИИ  
ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМА И РЕМОНТА

**25–27 МАЯ**  
MARRIOTT ROYAL AURORA, МОСКВА



## 25 МАЯ. ПРЕДЭЙ

**10:00 – 16:00 Экскурсионная программа по гипермаркету МАКСИДОМ (Котельники).**

В этом году в рамках саммита запланирована экскурсия в гости к одному из крупнейших игроков рынка - гипермаркет **Максидом** (Котельники), где у Вас будет возможность увидеть и обсудить лучшие работающие решения по теме офлайн-магазина, ассортимента и склада. Экскурсию проведет Николай Грошев, директор магазина.

Торговая площадь магазина составляет 9,8 тысячи квадратных метров. На ней представлен широкий ассортимент товаров для строительства, ремонта и обустройства дома – всего более 60 тысяч наименований. Кроме того, в гипермаркете можно воспользоваться такими услугами как доставка, резка дерева, пошив штор, сборка мебели, колеровка краски, планировка кухни, ответственное хранение, удаленные продажи.

**Экскурсию проведет: Николай Грошев, директор магазина**

**Автобус отправляется в 10:00** от главного входа **MARRIOTT ROYAL AURORA**

Участие возможно исключительно по предварительной записи у Вашего менеджера!

## 26 МАЯ. ПЕРВЫЙ ДЕНЬ САММИТА

**09:00 – 10:00 РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ. УТРЕННИЙ КОФЕ.**

**10:00 – 12:00 АНАЛИТИЧЕСКАЯ ПАНЕЛЬ: СТРУКТУРНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ НА РЫНКЕ. ПРОГНОЗЫ ТОП-ЭКСПЕРТОВ РИТЕЙЛА И АНАЛИТИКОВ ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМ**

**Модератор: ИЛЬЯ КОРНЮХОВ, независимый эксперт**

- Структура рынка сегодня: доли сетей, маркетплейсов и агрегаторов доставки. Как перераспределяется рынок после ухода/приостановки деятельности отдельных игроков?
- Какими темпами меняется число производителей и селлеров на рынке DIY;
- Как меняется ассортимент в текущих условиях? Есть ли дефицитные позиции и как восполнить этот «пробел»?
- Распределение товарных категорий между покупками в онлайн и офлайн. Новые тренды в покупках, типах и видах ремонта, включая разрезы по регионам;
- Как справляться с ценовыми скачками без потерь? Соблюдение баланса между прибыльностью компании и лояльностью покупателей в нынешней экономической ситуации.
- Как оптимизировать цепочки поставок и найти наиболее стабильные, быстрые и финансово оправданные логистические решения?

*И, главный вопрос:*

\* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам

- Как отвечать этим вызовам?

#### **Спикеры сессии:**

**МАРИЯ ЕВНЕВИЧ**, совладелец и член совета директоров, **МАКСИДОМ**

**МАКСИМ ГЕНКЕ**, управляющий директор, **Hoff**

**АННА КАРПОВА**, директор по развитию бизнеса, дирекция «Аптека, спорт, товары для дома», **OZON**

**АНДРЕЙ ПЛУКЧИ**, генеральный директор сети магазинов товаров для дома, **ДОМОВОЙ**

**АЛИМ УДЕРБЕКОВ**, генеральный директор, **ГдеМатериал**

**ВАЛЕНТИН ФАХРУТДИНОВ**, генеральный директор онлайн-гипермаркета, **ВсеИнструменты.ру**

**12:00 – 12:30 КОФЕ-БРЕЙК**

**12:30 – 12:50 ДОКЛАД: «Доставка до покупателей без разочарования – что нужно учесть»**

**СПИКЕР: АЛЕКСАНДР ГАЛКИН**, коммерческий директор, **NAWINIA**

- Что важно в доставке КГТ (крупногабаритные товары)?
- На что может влиять ТК, а на что – нет?
- Что мешает росту числа заказов: транспорт, склады, персонал?

**12:50 – 14:00 ПРАКТИКУМ ДЛЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РИТЕЙЛА**

*Стратегии конкуренции с национальными экосистемами. Прикладные тактические решения.*

**Модератор: ИЛЬЯ УВАРОВ**, руководитель экспансии, **ХОРОШИЙ ВЫБОР**

**ФОКУС-ТЕМА: «НОВЫЙ ПОРТРЕТ И НОВЫЕ ЦЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОКУПАТЕЛЕЙ»**

**Спикер: ЛИДИЯ ВИНОГРАДОВА**, вице-президент, **ВИМОС**

- Каковы современные миссии покупок и ценности локальных покупателей?
- На какие потребительские группы распадается сегодня общая аудитория покупателей? И каковы их портреты в регионах?
- Что изменила нынешняя ситуация фактически в их поведении и предпочтениях?

**Спикер: ИРИНА ВАСЮТЕНКО**, директор по стратегии сети магазинов товаров для дома, **ДОМОВОЙ**

- Какой способ покупки выбирают потребители: онлайн/офлайн. Сравнение регионов и МСК.
- Рейтинг магазинов по покупкам онлайн и офлайн в регионах.
- Частота покупок товаров для дома в регионах в разрезе 10 товарных направлений.

**ФОКУС-ТЕМА: «КОНКУРЕНТНЫЙ ОТВЕТ: ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ И РАБОТА С МЕСТНЫМ СООБЩЕСТВОМ ПОКУПАТЕЛЕЙ»**

**Спикер: КАМИЛА КАДЫРОВА**, директор по маркетингу, **JYSK**

- Прямое ценовое противостояние локальных ритейлеров и национальных платформ будет становиться все дороже. Как переходить от транзакционной модели бизнеса к эмоциональному ритейлу? Какие решения позволяют выстраивать отношения с покупателями и точнее конкурентов удовлетворять потребности местных покупателей?
- Ставку на развитие сообществ своих покупателей уже делают многие розничные бренды в России и в мире. Как должна реализоваться на практике эта стратегия в наших регионах?

#### **Вопросы к обсуждению:**

- Как справляться с дефицитом ассортимента и усложнившейся логистикой на региональном уровне?
- Как создать на локальном рынке устойчивую экосистему товаров и услуг в DY&HH? Какой спектр потребностей современного покупателя надо закрывать и какими средствами?

\* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам

- Как и с какой скоростью должно расти ассортиментное предложение (и спектр услуг) локальной сети, чтобы быть точнее и надежнее цифровых конкурентов в глазах местных покупателей?
- Как создавать круг эффективных и лояльных местных производителей, поставщиков услуг вокруг своего бренда?

#### **14:00 – 15:00 ДЕЛОВОЙ ОБЕД**

#### **15:00 – 16:00 ТАКТИКА И ПРАКТИКА: ПРОИЗВОДИТЕЛИ.**

#### **D2C – ПРЯМОЙ КОНТАКТ БРЕНДА ПРОИЗВОДИТЕЛЯ С ПОКУПАТЕЛЕМ**

*Развитие своих прямых каналов продаж и коммуникаций с покупателем стало актуальным производителю, как никогда. И эффективность бизнеса здесь часто значительно выше, чем при работе с традиционным ритейлом. Тем не менее, это совсем новое бизнес-направление. Сессия посвящена стратегиям и тактике развития D2C, что становится особенно важным и актуальным в нынешних условиях.*

- Переход на новые площадки: как эффективно на них работать? Какие каналы использовать?
- Как сбалансировать портфель маркетплейсов с собственной устоявшейся системой дистрибуции?
- Какие логистические схемы использовать в каналах D2C в зависимости от специфики своего бизнеса и географии
- Как управлять обратной связью с покупателем и использовать данные?

#### **Спикеры сессии:**

**ВЛАДИМИР КОРЧАГОВ**, исполнительный директор розницы, **АСКОНА**

**РАДА РОЖНИЦКАЯ**, генеральный директор, **ГРИНВОРКУЛС ЕВРАЗИЯ**

#### **16:00 – 16:30 КОФЕ-БРЕЙК**

#### **16:30 – 18:00 ТАКТИКА И ПРАКТИКА: РИТЕЙЛ. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПАНЕЛЬ**

*Решения, которые помогают магазину контактировать с покупателем и повышать лояльность клиентов*

#### **ДОКЛАД: «Яндекс-реклама - еcom-центр управления продажами»**

**СПИКЕР: КСЕНИЯ КРАСНОСЕЛЬСКИХ**, руководитель группы развития бизнеса перспективных клиентов **ЯНДЕКС**

- Поведение пользователи при выборе товаров
- Диверсификация портфеля инструментов
- Работа с first-party данными

#### **ДОКЛАД: «Интеграция в Авито как часть омниканальной стратегии для DIY»**

**СПИКЕР: ИЛЬЯ АДАМСКИЙ**, руководитель макрокатегории «Строительство и мебель», **AVITO**

#### **18:00 – 19:00 ВЕЧЕРНИЙ ПРИЕМ САММИТА. НАГРАЖДЕНИЕ ЛУЧШИХ СПИКЕРОВ**

### **27 МАЯ. ВТОРОЙ ДЕНЬ САММИТА**

#### **09:30 – 10:00 СБОР УЧАСТНИКОВ. УТРЕННИЙ КОФЕ и НЕТВОРКИНГ**

#### **10:00 – 11:00 ПРАКТИЧЕСКАЯ ПАНЕЛЬ: ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ РЫНКА: НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ, КОТОРАЯ УЖЕ НАСТУПИЛА**

**Модератор: АЛЕКСАНДР ЧИЛИНГОРЯН**, коммерческий директор, **СЕЛЕНА**

\* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам

- Как уже сегодня меняется рынок поставщиков крупнейших сетей и МП?
- Альтернативы для потребителей: способно ли локальное производство обеспечить доступность привычных категорий и новинок для покупателя?

#### Спикеры сессии:

**ВЛАДИМИР ГУРЬЕВ**, президент, **ВИМОС**

**ЮРИЙ КОВТУН**, генеральный директор **CERSANIT** в России

#### **11:00 – 12:00 МАСТЕР-КЛАСС «ЛУЧШЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ: как максимально успешно для обеих сторон провести сессию переговоров?»**

**Ведущий: ВЛАДИСЛАВ УТЕНИН**, бизнес-тренер

Практический брифинг сессии переговоров, который поможет закупщикам от сетей и поставщикам построить работу максимально эффективно.

- Мнение ритейла: как должно быть сформулировано идеальное предложение?
- Чего обычно не хватает: типичные «дорогостоящие» ошибки в переговорах;
- Метод создания **точных** ключевых сообщений (аргументов);
- Рекомендованная структура предложения для закупщика.

#### **12:00 – 12:30 КОФЕ-БРЕЙК**

#### **12:30 – 15:30 КОНТАКТНЫЙ ЦЕНТР САММИТА: СЕССИЯ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ ПОСТАВЩИКОВ И РИТЕЙЛЕРОВ**

Ежегодная официальная сессия коммерческих переговоров поставщиков и ритейлеров. Блиц-переговоры ведут профильные специалисты, категорийные менеджеры по товарным группам: строительные материалы, товары для дома и ремонта, мебель, сезонный ассортимент и инструмент, дача и сад, hard diy, soft diy.

**РУКОВОДСТВО СЕТЕЙ И ОТВЕТСТВЕННЫЕ БАЙЕРЫ\*** от розницы используют возможности ежегодного саммита, крупнейшего в отрасли события, чтобы найти новых перспективных поставщиков по проблемным группам товаров, обсудить с топ-менеджментом существующих партнеров, решения для повышения эффективности продаж, снижения out-of-stocks, поддержку продаж.

*\*Возможно участие как офлайн, так и онлайн.*

**ПРОИЗВОДИТЕЛИ И ДИСТРИБЬЮТОРЫ\*** смогут обсудить с ответственными представителями сетей вопросы поставок своей продукции, замещения товаров-конкурентов, совместные проекты по увеличению объемов продаж.

*\*Возможно только офлайн участие.*

#### **15:30 – 16:30 ДЕЛОВОЙ ОБЕД**

#### **16:30 – 18:00 ТАКТИКА И ПРАКТИКА. ЦИФРОВЫЕ ПРОДАЖИ: НАСТОЯЩЕЕ БУДУЩЕЕ.**

**Модератор: АЛЕКСАНДР ЧИЛИНГОРЯН**, коммерческий директор, **СЕЛЕНА**

- Маркетплейсы как «Инкубаторы бестселлеров»: как запускать новинки на новом рынке?
- Как управлять привлечением и удержанием клиента с помощью e-commerce.
- Тяжелая ноша: решения по развитию цифровых продаж в категории HARD DIY.
- Где резервы роста эффективности взаимодействия ритейлера и поставщика?

\* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам

- Каковы сегодня лучшие стандарты (benchmarks) в организации системы коммуникаций между ритейлером и поставщиком?
- Как организовать процесс высокоскоростного обновления предложения покупателям? И как системно организовать процесс создания новых бестселлеров?

**ДОКЛАД: «Чем принципиально отличаются одни маркетплейсы от других - как партнеры и как инструменты»**

**СПИКЕР: ИВАН БУГАЙ**, руководитель бизнес-группы «Товары длительного пользования», **СБЕРМЕГАМАРКЕТ**

- Схемы работы с маркетплейсами и их особенности (1P, 2P, 3P);
- В чем сила каждого маркетплейса: клиенты, логистика, сервис и возможности для продвижения;
- Маркетплейсы и экосистемы: какие преимущества предлагают партнерам и клиентам

**ДОКЛАД: «Какие новые практики и возможности принесли маркетплейсы для DIY-рынка? Что важно знать об этом сетям и поставщикам?»**

**СПИКЕР: НАТАЛИЯ ПЕКШЕВА**, основатель компании, **DELICATEX**

**Спикеры сессии:**

**АННА ДАРМОДЕХИНА**, директор по закупкам, **WILLIAMS & OLIVER**

**ДЕНИС ЕГОРОВ**, директор по маркетингу и электронной коммерции, **HOLODILNIK.RU**

**ЕВГЕНИЙ КВАСОВ**, руководитель направления DIY, **WILDBERRIES**

**ЕЛИЗАВЕТА НАЗАРОВА**, директор по развитию маркетплейса и партнерской сети, **ПЕТРОВИЧ**

**18:00 ЗАВЕРШЕНИЕ РАБОТЫ САММИТА. ФУРШЕТ**

\* Организатор не несет ответственности за изменение состава докладчиков и времени их выступления, произошедшие по независящим от организатора причинам