

# FASHION RETAIL RUSSIA 2019

10–11 ОКТЯБРЯ, ШЁЛК, БОЛЬШОЙ САВВИНСКИЙ ПЕР., 12, СТР. 10Г

XII ВСТРЕЧА КЛЮЧЕВЫХ ИГРОКОВ FASHION РЫНКА:  
СЕО И РУКОВОДИТЕЛЕЙ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ОДЕЖДЫ,  
ОБУВИ И АКСЕССУАРОВ; ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ,  
ДИСТРИБЬЮТОРОВ И ДИЗАЙНЕРОВ

## 10 ОКТЯБРЯ. ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ФОРУМА

09:30–10:00 РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ, УТРЕННИЙ КОФЕ



10:00–12:00 ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ

### ПРОГНОЗЫ И ТRENДЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА FASHION РИТЕЙЛА

ОБСУДИМ В РАМКАХ ПЛЕНАРНОЙ СЕССИИ:

- Государственное регулирование модной индустрии. Как готовиться к тотальной маркировке? Сколько стоит и каков ROI?
- Высокоскоростной fashion ритейл. Как компании создают коллекции и запускают новинки следуя за еженедельно меняющимися микротрендами?
- Калейдоскоп технологий. Почему не все инновации подходят модному бизнесу и как безошибочно определить своё «поле для экспериментов»?
- Вместе — мы сила! За какими коллаборациями будущее?
- Новый покупатель — новый продавец. Как сегодня развиваются компетенции сотрудников в модном ритейле?

МОДЕРАТОР:

- **Алексей Филатов**, управляющий директор, BBCG, Академия Ритейла

УЧАСТНИКИ ДИСКУССИИ:

- **Буркхард Биндер**, сооснователь и управляющий директор Lamoda Group
- **Андрей Кришнев**, генеральный директор, Nike
- **Константин Надеждин**, генеральный директор, Familia
- **Тобиас Нибер**, CEO Otto Group Russia
- **Сергей Саркисов**, вице-президент, «Новард»

12:00–12:30 КОФЕ-БРЕЙК



+7 (495) 785-22-06



info@b2bcg.ru

**BBCG**



www.b2bcg.ru



ПРИЛОЖЕНИЕ  
BBCG

Организатор оставляет за собой право вносить изменения в программу

12:30–14:00

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ

## МАГАЗИН FOREVER. ТРАНСФОРМАЦИЯ ФИЗИЧЕСКОГО МАГАЗИНА И НОВЫЕ СПОСОБЫ КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТОМ

Живой магазин по-прежнему является главной точкой для взаимодействия с клиентом. При этом омниканальная модель потребления диктует необходимость меняться. Торговое пространство сегодня должно дарить эмоции, создавать яркое впечатление, вдохновлять на покупку и формировать лояльность к бренду.

Пресс-конференции, лекции, трансляции спортивных мероприятий, public talks, кинопоказы — как сделать из магазина мультиплатформенный проект? Каким требованиям должно отвечать ритейл-пространство сегодня? Технологии и дополнительные сервисы для покупателей, которые необходимо развивать в магазине.

СПИКЕРЫ:

- **Мария Голенкова**, директор по маркетингу, Inventive Retail Group  
*(Нестандартные инструменты создания покупательского опыта)*
- **Евгений Карасев**, старший директор по бренд-активациям, Adidas CIS  
*(Успешная реализация омниканальной стратегии или будущее цифровизации ритейла на примере магазина Adidas)*
- **Наталья Чинёнова**, руководитель департамента бизнес-технологий Fashion Consulting Group, ведущий эксперт направлений «Франчайзинг» и «Дистрибуция»  
*(Как цифровые технологии меняют покупательский опыт)*

12:30–14:00

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ

## ЗАКРЫТЫЙ КРУГЛЫЙ СТОЛ СЕО И ОСНОВАТЕЛЕЙ FASHION БИЗНЕСА

*(Участие по специальным приглашениям)*

Традиционная встреча топ-менеджеров fashion компаний с целью подведения итогов прошлого года и обсуждения планов на будущий.

А также — блок планирования, дизайн-сессия (совместный мозговой штурм), в рамках которого три рабочие группы обсудят каждая свое направление и (по желанию) подготовят презентации по итогам.

ТЕМЫ РАБОЧИХ ГРУПП (СПРИНТОВ):

- 1 Магазин будущего.  
Вызовы нового цифрового мира.
- 2 Успешные коллаборации и стратегические партнерства.  
Совместные программы, кампании, акции.
- 3 Новые профессии в fashion ритейле.  
Продавцы-стилисты, продавцы-блогеры, продавцы-комьюнити- и SMM-менеджеры.

МОДЕРАТОР:

- **Алексей Филатов**, управляющий директор, BBCG, Академия Ритейла

УЧАСТНИКИ:

- **Фердинандо Балдини**, генеральный директор, Studio Manaresi (бренд Nараpijri)
- **Юлия Далакян**, дизайнер, модельер, основатель Дома Моды
- **Алеко Илиопуло**, основатель, Porta 9 и Portal; директор бренда, «Эконики»
- **Илья Корнюхов**, генеральный директор, Дом моды Алены Ахмадуллиной
- **Константин Надеждин**, генеральный директор, Familia
- **Яна Песоцкая**, генеральный директор, VostokInvest Group (франчайзи Under Armour в России)
- **Сергей Саркисов**, вице-президент, «Новард»
- **Алексей Смирнов**, генеральный директор, Trussardi по России и СНГ
- **Ольга Татарченкова**, генеральный директор «Модный Континент» (Торговая марка INCITY, DESEO)
- **Надежда Фокаиди**, генеральный директор, «Твое»
- **Сергей Шувалов**, генеральный менеджер, Geox Russia
- **Денис Шундровский**, генеральный директор, Furla Россия
- **Левент Эрдик**, генеральный директор, Lacoste Operations Russia

14:00–15:00 ОБЕД



15:00–16:30

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ

### УСПЕШНЫЙ КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ. УПРАВЛЕНИЕ ЛОКАЛЬНЫМИ ГРУППАМИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Доверие остается главным критерием в формировании позитивного клиентского опыта. Fashion ритейлеры каждый день изобретают новые маркетинговые стратегии по привлечению внимания и создания лояльности.

Как бренды адаптируются под «новое нормально» и коммуницируют с разными ЦА? Агенты влияния — кто по-настоящему формирует тренды сегодня? Как позитивно работать с негативом? Ситуативный маркетинг — как быстро реагировать на актуальные для твоего комьюнити инфоповоды, микрохайпы?

СПИКЕРЫ:

- **Анастасия Чепканич**, со-основатель, Malina Fashion
- **Галина Щербакова**, руководитель розничного подразделения, Christian Dior Couture

15:00–16:30

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ

### МНОГООБЕЩАЮЩИЙ ОНЛАЙН! ЭФФЕКТИВНЫЙ FASHION E-COMMERCE И ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГ

По данным компании OMNI Solutions средний рост онлайн-продаж за последний год среди опрошенных 26 ритейлеров составил 52%. К концу 2019 года ритейлеры прогнозируют рост продаж до 59%. При этом основными проблемами, с которыми сталкиваются компании, развивающие онлайн-канал — это высокая стоимость привлечения клиента, одноразовые покупки и низкий retention rate.

Как увеличить частоту вторичных покупок? С помощью каких технологий собирать данные по всей цепочке взаимодействия с клиентом? Какую стратегию продаж выбрать бренду: развитие собственного интернет-магазина, продажа на маркетплейсе, онлайн-витрина?

СПИКЕРЫ:

- **Иоланга Ершова**, директор категории Beauty & Apparel, Ozon
- **Анастасия Якушева**, основатель бренда Ladys Showroom

16:30–17:00 КОФЕ-БРЕЙК



17:00–18:00 ИНТЕРАКТИВНАЯ ДИСКУССИЯ

## BLOGGERS SHOW. ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ И РИТЕЙЛЕРЫ О СОТРУДНИЧЕСТВЕ И СОБСТВЕННЫХ МОТИВАХ К ПОКУПКЕ

Influencer marketing — один из главных трендов в fashion и beauty ритейле. Зачастую работа с блогерами эффективнее, чем анонсы на ТВ и наружная реклама. Главными критериями по работе с лидерами мнений является правильный выбор и анализ аудитории, причем микролидеры мнений показывают лучший результат, чем блогеры-миллионники.

В рамках сессии ритейлеры поделятся кейсами по работе с лидерами мнений, а fashion блогеры расскажут, как они сами выбирают одежду и обувь и что для них важно в выборе марки, модели и бренда.

СПИКЕРЫ:

- **Ким Алтышев**, операционный директор розничной сети, Puma
- **Алёна Водонаева**, журналист, телеведущая, автор книги «Голая» и соавтор Книги рецептов десертов, основатель бренда спортивной одежды «8 sfera», владелица салона красоты «LAVU Beauty»
- **Евгений Карасев**, старший директор по бренд активациям, Adidas CIS
- **Анастасия Чепканич**, со-основатель, Malina Fashion

18:00 ФУРШЕТ



## 11 ОКТЯБРЯ. ВТОРОЙ ДЕНЬ ФОРУМА

09:30–10:00 УТРЕННИЙ КОФЕ



10:00–12:00 ПЛЕНАРНАЯ СЕССИЯ

### КАК НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОМОГАЮТ ОПТИМИЗИРОВАТЬ БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ

Технологии всё больше удивляют инновационными решениями. Скорость их внедрения растёт с каждым годом. Несмотря на то, что модная индустрия больше других связана с творчеством и эмоциями, все больше высокоэффективных fashion компаний стремятся автоматизировать и удешевить значительную часть процессов в производстве, закупках, хранении и логистике товаров.

ОБСУДИМ В РАМКАХ ПЛЕНАРНОЙ СЕССИИ:

- Основные направления инновационных трендов: привлечение внимания покупателей, помощь в выборе товара, повышение эффективности бизнеса, путем оптимизации и цифровизации процессов.
- Системы lean по всей цепочке производства.
- Использование переработанных материалов и производство одежды из вторичного сырья.
- Автоматизация и применение технологий машинного обучения для минимизации издержек в модной индустрии.
- В какие направления автоматизации стоит инвестировать, а что окажется пустой тратой денег? Что доказало свою эффективность, а от чего стоит отказаться?

СПИКЕРЫ:

- **Екатерина Евсеева**, бренд директор, Evig
- **Левент Эрдик**, Генеральный директор, Lacoste Operations Russia

12:00–12:30 КОФЕ-БРЕЙК



12:00–14:00 СЕССИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПЕРЕГОВОРОВ

**ВСТРЕЧИ В ФОРМАТЕ 1:1**

ПЕРЕГОВОРЫ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ С РОЗНИЧНЫМИ МАГАЗИНАМИ, ОНЛАЙН-РИТЕЙЛЕРАМИ, МАРКЕТПЛЕЙСАМИ, ШОУ-РУМАМИ, ДЕВЕЛОПЕРАМИ И УНИВЕРМАГАМИ НА ПРЕДМЕТ СОТРУДНИЧЕСТВА

УЧАСТНИКИ:

- **Butik.ru**  
**Анастасия Криворотова**, руководитель продаж категорий «Аксессуары, кожгалантерея, белье»  
**Татьяна Молокоедова**, руководитель продаж категории «Сумки»
- **Fashion House Outlet**  
**Юлиана Гарифуллина**, старший агент по недвижимости  
**Екатерина Никифорова**, агент по недвижимости  
**Светлана Путинцева**, старший агент по недвижимости
- **Goods**  
**Влада Валерина**, менеджер отдела продаж  
**Полина Денисова**, руководитель отдела продаж
- **KupiVIP.ru**  
**Елена Обухова**, руководитель направления «Сумки и аксессуары»  
**Сергей Щеглов**, руководитель направления «Обувь»
- **Lamoda**  
**Анна Арбузова**, руководитель секции «Аксессуары и красота»  
**Ирина Максимова**, руководитель по закупкам одежды
- **Offprice**  
**Елена Валиева**, сооснователь, коммерческий директор  
**Александра Орлова**, байер
- **Ozon**  
**Екатерина Большакова**, менеджер категории Fashion  
**Александра Денисова**, менеджер категории Fashion
- **ТРЦ «Мозаика»**  
**Надежда Егорова**, старший менеджер по аренде  
**Антон Прокопчин**, менеджер отдела аренды
- **ТРЦ «Ривьера»**  
**Анна Щербинина**, руководитель департамента аренды

14:00–15:00 ОБЕД



15:00–16:30

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ

### КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ И МАССОВАЯ КАСТОМИЗАЦИЯ. КАК МОДНЫЙ МАГАЗИН СТАНОВИТСЯ ФАБРИКОЙ КАСТОМНЫХ ВЕЩЕЙ

В индустрии fashion ритейла наступила эра персонализации. Это включает в себя как персонализацию пользовательского опыта: рекомендации товаров, подбор оптимального размера, индивидуальные промо-акции, так и кастомизацию самого товара. Многие глобальные бренды предлагают клиенту разработать продукт под себя: изменить материал, цвет, дизайн.

Как кастомизировать товар под индивидуальные потребности и вкусы потребителя? Какие технологии для этого нужны? Как, следуя принципам персонализации, обеспечить бесшовный переход из онлайн в офлайн и наоборот?

СПИКЕРЫ:

- **Юлиан Ильин**, основатель бренда, CODE:UNIK
- **Александра Ларина**, бренд маркетинг менеджер, Levi's Россия
- **Галина Щербакова**, руководитель розничного подразделения, Christian Dior Couture

15:00–16:30

ПАРАЛЛЕЛЬНЫЕ СЕССИИ

### WIN-WIN С МАРКЕТПЛЕЙСОМ. КАК СОЗДАВАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ЦЕННОСТЬ ДРУГ ДЛЯ ДРУГА

Маркетплейсы сегодня являются одним из самых востребованных каналов продаж как у известных брендов, так и у крафтовых производителей нишевых товаров. Несмотря на это рынок маркетплейсов в России очень молодой и многие игроки только тестируют различные гипотезы по работе как с конечными клиентами, так и с мерчантами.

Как продавцу построить работу с маркетплейсом? Какая инфраструктура для это требуется? Для каких категорий товаров какой маркетплейс выбрать? Какие данные могут предоставлять разные площадки для увеличения продаж?

СПИКЕРЫ:

- **Игорь Горшунов**, руководитель по развитию бизнеса, Joom
- **Анна Калеева**, директор маркетплейса, Ozon
- **Станислав Принцманн**, директор департамента онлайн продаж, Thomas Münz

16:30–17:00 КОФЕ-БРЕЙК



17:00–18:00 ДИСКУССИЯ

### ERA OF SUSTAINABILITY. ПРОЗРАЧНОСТЬ И ЭТИЧНОСТЬ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Ритейлеры сегодня присоединяются к экологической хартии ООН, следят за качеством производства и соблюдают этические принципы в работе, а потребители при этом все больше ценят социально-ответственные бренды. Осмысленный подход к расходованию сырья, использование отходов производства, отказ от пластика, экологичная утилизация — все это важные вопросы для сегодняшних fashion компаний.

Как создать социально-ответственное и безотходное производство? С помощью каких технологий перерабатывать все остатки и производить новое сырье для будущего использования? Каким образом развивать у сотрудников идеологию smart потребления?

СПИКЕР:

- **Александра Ларина**, бренд маркетинг менеджер, Levi's Россия
- **Анна Лебсак-Клейманс**, соучредитель и генеральный директор Fashion Consulting Group  
(Sustainable Fashion: реальная эволюция индустрии или эффективный маркетинговый ход)
- **Екатерина Янсен**, со-основатель и директор по развитию бренда, Exclaim  
(Создание украшений с лабораторными бриллиантами)

18:00 ЗАВЕРШЕНИЕ ФОРУМА