



**ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ**

**REKAN**  
МАРКЕТИНГОВОЕ АГЕНТСТВО

Международная специализированная выставка мебели, оборудования, комплектующих и технологий ее производства  
ЭКСПОМЕБЕЛЬ-УРАЛ, 17-20 сентября 2019 года  
г. Екатеринбург, МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО», павильон №2

**«ШКОЛА МЕБЕЛЬНОГО ДЕЛА»**

**18 сентября 2019 года**

**18 сентября (среда), с 10:00 до 17:00**

**Отраслевая бизнес-конференция**

**ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕБЕЛИ**

**(3 глобальных направления в современном маркетинге)**



**Для кого:** руководители и владельцы мебельного бизнеса, коммерческие директора, руководители отделов маркетинга и рекламы, руководители розничной сети, администраторы магазинов

10:00 -10:30 Регистрация участников, свежая мебельная пресса и welcome-консультации спикеров

### Digital-технологии

#### Новые и проверенные онлайн-инструменты для продажи мебели

*Глобальный тренд сегодняшнего дня – повсеместная диджитализация, причем не только всех бизнес-процессов компании и коммуникаций с клиентом, но и самого продукта. Все, что можно сделать digital, должно стать таким – иначе современной компании не выжить! Каким должен быть интернет-маркетинг мебельной компании в 2020 году? Какие инструменты онлайн-продвижения нужно использовать, чтобы найти покупателей и удержать их в условиях новой реальности? Как «завязать» работу в интернете с продажами в мебельных салонах? Вас ждут ответы на эти и многие другие вопросы о самом важном и динамичном канале продаж и коммуникации – о DIGITAL!*

**10:30-11:15  
11:15-12:00**

#### **Часть №1. «Мебельный бизнес в сети: новые каналы и инструменты продвижения мебели. Что работает уже сегодня и будет работать завтра?»**

- Рынок интернет-рекламы Уральского федерального округа (аналитика, тренды). Что важно знать и понимать мебельщику?
- Экосистема онлайн-инструментов, которые помогут в продвижении и продажах мебели. Кейсы мебельной отрасли.
- Online и offline: как оценивать продажи в офлайне в связке с рекламой в интернете?

**Спикер:** **Татьяна Пакшинцева**, руководитель департамента перфоманс и медиа-рекламы агентства Deltaclick (Рекламная Группа Deltaplan), эксперт Яндекса по обучению, партнер по обучению Google и myTarget

#### **Часть №2. «Как ежегодно увеличивать обороты компании в 2 раза? Опыт «Первого гипермаркета мебели»**

- Офлайн vs. онлайн: почему мы сделали ставку на интернет?
- Достижения и «грабли» в цифрах и фактах: чем хотим поделиться?
- Куда идем? Стратегия и планы «Первого гипермаркета мебели»

Спикер: **Алия Трошина**, руководитель отдела маркетинга «Первого гипермаркета мебели»

**12:00 – 12:30 Перемена (консультации спикеров, обмен мнениями)**

## Ритейл-технологии

### Новые форматы мебельных магазинов и новые стандарты продаж

#### Часть №1. «Новые тренды и правила мебельного ритейла: создание WOW-магазина»

*Что меняется в мебельной рознице и почему мы теряем трафик? Что же действительно хочет покупатель мебели? Когда и как нужно менять формат магазина? Как отстроиться от бренд-секций конкурентов? Как рационально использовать каждый квадратный метр площади и заставить его работать? Какие еще существуют резервы для роста эффективности торговой точки?*

- Тренды мебельного ритейла и маркетинг продаж – правила, которые работают в рознице
- Разбор полетов: самые частые ошибки в оформлении и организации пространства в мебельных салонах (на реальных примерах мебельных торговых точек)
- Как сделать ваш магазин уникальным? Визуальные составляющие ритейл-среды: витрина, навигация, POS, вывески, стопперы и входные группы (методики оформления), нестандартные решения и аксессуары + образцовые примеры реальных ТТ
- Коммерческий дизайн: путь покупателя, разработка планограммы

Спикер: **Наталья Баршева**, основатель и руководитель маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний REKANA

**12:30-13:45**

**Часть №1**

**13:45-14:00**

**перерыв**

**14:00-15:30**

**Часть №2**

#### Часть №2. «Новые технологии мебельных продаж: как перестать терять трафик и гарантированно увеличить конверсию?»

*Что мы слышим от своих продавцов? «У нас падают продажи – нет трафика», «Всего 2 человека в день заходит», «Всем дорого – кризис на рынке, что вы хотите», «У нас бедный город, мы не Москва» или любимое оправдание – «У соседей-конкурентов результаты еще хуже, чем у нас». Да, в 27% случаев ваши сотрудники говорят правду, но в 73% подчиненные управляют вашим бизнесом. Кто виноват? МЫ! Поток покупателей в ближайшие два года будет только уменьшаться. Что делать? Дайте персоналу новую модель продаж при минимальном трафике.*

- Статистика продаж в мебельных магазинах России по результатам аудита в 49 компаниях (сегменты – от премиума до эконома). Что говорят цифры?
- Почему ваш персонал так боится аудита продаж?
- «Всем клиентам дорого», а как можно это проверить? Составляем финансовый портрет клиента по ABC-категориям.
- От цифр к делу: что нужно сделать, и как управлять продажами в новых условиях? Реальные кейсы трех магазинов, где продажи выросли с 770 011 руб. до 3 001 677 руб./мес.
- Как перестать терять трафик и увеличить конверсию за 2 месяца?

Спикер: **Алексей Лопухин**, основатель и генеральный директор компании «МИР. Мебель. Инвестиции. Ритейл»

**15:30– 15:45 Перемена (консультации спикеров, обмен мнениями)**

## SMM-технологии

### Новые правила работы в социальных медиа для мебельной компании

*Социальные сети сегодня – это оцифрованный канал молвы с ежедневным охватом около 100 млн. человек (только вдумайтесь!). Это тот инструмент, с помощью которого можно и управлять лояльностью, и генерировать продажи, и формировать репутацию бренда (в том числе, личного бренда руководителя мебельной компании). Как показать свой бренд «лицом» и выстроить стратегию продвижения? Какие инструменты соцсетей реально работают на продажи мебели – как в интернет-магазинах, так и в стандартной рознице?*

#### Часть №1. «Уникальный образ мебельного бренда в соцсетях»

15:45-16:15  
16:15-17:00

— Ключевые тренды SMM: для чего нужно иметь собственное «лицо» в социальных сетях, что оно даёт и какие задачи решает?

— Выстраиваем уникальный образ бренда: бренд-платформа, визуальная атрибутика, омниканальная коммуникация с ЦА (характер, эмоция), стратегия продвижения.

Спикер: **Наталья Баршева**, основатель и руководитель маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний REKANA

#### Часть №2. «Роль социальных сетей в цепочке продаж мебельного бизнеса»

— Социальные сети как канал онлайн-продаж: как это работает?

— Инструменты таргетированной рекламы для повышения продаж

— Кейс «Аскона». Влияние рекламы в социальных сетях на продажи в офлайне

Спикер: **Владимир Никонов**, директор по новому бизнесу агентства iConText ,Урал (группа digital-компаний iConText Group)



### Наталья Баршева

Основатель и руководитель первого специализированного маркетингового агентства для мебельных и производственных компаний **REKANA** ([rekana.ru](http://rekana.ru))

Эксперт-практик с 18-летним стажем в области стратегического брендинга, маркетинга и продвижения продуктов/компаний. Основатель маркетингового агентства REKANA: на рынке с 2010 года, реализовано более 75 комплексных проектов, среди клиентов – ведущие российские и международные компании («Мария», Askona, «Любимый Дом», «Пинскдрев», «Трия», Lamarty, Megran, «Ладья», GRASS, SAMET, APTOS и многие другие). Автор бестселлера «ИНСТРУМЕНТАРИУМ» – «настольной книги» руководителей и маркетологов. Автор публикаций в популярных бизнес-изданиях и отраслевых СМИ. Спикер отраслевых форумов, конференций и других бизнес-мероприятий в России и странах СНГ. Автор популярного блога о маркетинге и развитии бизнеса – «МЫСЛИ ВСЛУХ» (более 3 150 подписчиков), а также многочисленных вебинаров по маркетингу и рекламе.



### **Татьяна Пакшинцева**

Руководитель департамента перфоманс и медиа-рекламы агентства **Deltaclick** (Рекламная Группа Deltaplan)  
([delta-plan.ru/category/deltaclick](http://delta-plan.ru/category/deltaclick))

Помимо своей непосредственной должности, является экспертом «Яндекса» по обучению (таких людей всего несколько десятков в России), партнером по обучению Google (за пределами Москвы – она первая, кто получил этот статус), партнером по обучению myTarget, а также опытным спикером отраслевых конференций.



### **Алия Трошина**

Руководитель отдела маркетинга «Первого гипермаркета мебели»  
([hypermarketmebel.ru](http://hypermarketmebel.ru))

В профессии 8 лет. В компании с 2016 года, где уже через год вместе с командой начала развивать розничную и франчайзинговую сети по всей России. На данный момент «Первый гипермаркет мебели» - это 25 магазинов собственной розничной сети, 36 франчайзи, 634 активных оптовых клиентов, интернет-магазин с посещаемостью около 1 млн. посетителей в месяц.



### **Алексей Лопухин**

Основатель и генеральный директор компании  
«МИР. Мебель. Инвестиции. Ритейл» ([mirconsalt.ru](http://mirconsalt.ru))

26 лет в продажах мебели. Рост продаж на 221% в собственном бизнесе. Опыт открытия розничной сети. Ведущий бизнес-консультант по управлению и продажам B2B и B2C в мебельной отрасли. Управляющий партнер в 86 мебельных компаниях на территории РФ (0 проектов, потерпевших банкротство).



### **Владимир Никонов**

Директор по новому бизнесу агентства **iConText, Урал** ([icontext.ru](http://icontext.ru))

Ранее в агентстве «Восход» в Екатеринбурге прошел путь от медиапланера до руководителя digital-направления. За три года работы реализовывал проекты как для федеральных («Ашан», «Торэкс», «Меридиан»), так и региональных (Уральский федеральный Университет) клиентов. В начале 2015 года присоединился к команде агентства iConText, крупнейшего независимого интернет-агентства в России. iConText входит в группу digital-компаний iConText Group (занимает первые и топовые места в рейтингах AdIndex, Ruward, Tagline). Среди клиентов – «Сбербанк», eBay, L’Oreal Paris, «Теле2», LG, Apteka.ru, «Аскона», «Ситилинк», RBI и многие другие.