

# Ритейл в России: время дискаунтеров и маркетплейсов

23 марта 2021

---

09:30 - 10:00

Регистрация участников. Приветственный кофе

---

10:00 - 12:00

Стратегическая сессия. Ритейлеры и деньги

Модератор

**Михаил Шкляев**, управляющий директор по трансформации бизнеса, dentsu Russia

Ритейлеры бьют тревогу: реальные денежные доходы населения неуклонно снижаются, потребители, включившие режим экономии, пока не намерены из него выходить. Аналитики мрачно шутят: в 2021 году среди базовых принципов «устойчивого развития» появился новый: необходимость финансово устоять. Борьба за содержимое кошельков покупателей идет в нескольких направлениях. Связка «банки – ритейл» делается прочнее, программы потребительского кредитования становятся доступнее и разнообразнее, в бонусные программы ритейлеров «зашиваются» высокотехнологичные платежные сервисы (вроде оплаты по QR-коду).

Продуктовый ритейл вынужденно спускается за падающим платежеспособным спросом, снижая наценку на товары, заполняя полки продукцией «экономкласса» и развивая жесткие дискаунтеры. Non-food-компании предлагают товары в аренду или по подписке. Активно развивающаяся онлайн-торговля ищет возможности для монетизации. На пятки традиционным маркетплейсам начинают наступать специализированные цифровые торговые площадки.

Что и кто поможет ритейлерам в 2021 году? Где взять инвестиции на развитие? Как увеличить маржинальность бизнеса, не жертвуя репутацией? Каким образом этот бизнес должен развиваться? Обсудим на ключевой сессии форума «Ведомостей».

## Темы для обсуждения

- Что обеспечит ритейлу устойчивое развитие?
- Новые грани взаимодействия торговой сферы с банковским сектором.
- Работа с поставщиками на благо потребителя.
- Конкуренция традиционного ритейла с маркетплейсами.
- Перспективы онлайн-торговли и новые направления развития

маркетплейсов.

Спикеры

**Александр Гольцов**, управляющий партнер, онлайн-гипермаркет «Всеинструменты.ру»

**Александр Дидух**, управляющий директор, Alvarez&Marsal

**Андрей Зименков**, коммерческий директор, ритейл-бизнес-рынок, МТС

**Руслан Исмаилов**, член правления, заместитель генерального директора, директор розничной сети, «Магнит»

**Владимир Косьер**, коммерческий директор, Coca-Cola HBC Россия

**Андрей Постников**, генеральный директор, «Ориентир»

**Владимир Салахутдинов**, директор по стратегии и развитию бизнеса, X5 Retail Group

**Сергей Саркисов**, вице-президент, ГК «Новард»

**Даниил Федоров**, CFO, Ozon

---

12:00 - 12:30

Кофе-брейк

---

12:30 - 13:30

Тактическая сессия. Потребители и магазины

Модератор

**Роман Кутузов**, главный редактор, «Ведомости&»

Понятие «магазин» становится все более утилитарным, но при этом все более разнообразным. Основное, что должен предлагать потребителям современный магазин, – это безопасность, подкрепляемую цифровизацией, и низкие цены. В 2020 году в торговые точки превратились даже банковские отделения, а привычные кассы стали местом выдачи почтовых отправлений. С какими пилотными проектами знакомит потребителей 2021 год? Перспективы торговых форматов обсудим на тактической сессии форума «Ведомостей».

### Темы для обсуждения

- Как ритейлеру «проложить путь» для покупателя к своему магазину?
- Магазин как распределительный центр, демонстрационный зал, консультационная платформа и т. д.
- Гибридные модели, объединяющие преимущества офлайн- и онлайн-торговых точек.
- Новые концепции дискаунтеров для новой потребительской реальности.

Спикеры

**Елена Голубева**, директор категорий «Кухни» и «Хранение», Leroy Merlin

**Марина Малахатко**, директор, руководитель отдела торговых помещений в Москве, CBRE

**Евгений Мищенко**, руководитель дивизиона электронной коммерции, Metro Россия

**Лариса Романовская**, управляющая электронной коммерцией, «Вкусвилл»

---

13:30 - 14:00

Кофе-брейк

---

14:00 - 15:00

Практическая сессия. Клиент и сервисы

Модератор

**Ольга Сумишевская**, партнер, One Story

Клиент сейчас должен рассматриваться уже не просто как покупатель, - рекомендуют аналитики. Клиент — это желанный гость и - постепенно - все более влиятельный партнер для ритейлера. Последнему знания о привычках, потребностях и даже пока неосознанных желаниях потребителей (те самые «большие данные») помогут не только сформировать и укрепить их лояльность, но стать для них неотъемлемой частью жизни. Как утверждают консультанты, покупателю нужны уже не просто супермаркеты, «магазины у дома» или какие-то другие торговые форматы, но любимые места для шоппинга. Чтобы быть успешными, ритейлеры должны смотреть на свой бизнес глазами покупателя и не бояться нестандартных решений. Как это сделать, узнаем на практической сессии форума «Ведомостей».

### **Темы для обсуждения**

- Клиентоцентричный подход к инновациям.
- Работа с «промо»: от массовых скидок – к персональным предложениям; сотрудничество ритейлеров и поставщиков в создании индивидуальных «офферов» для потребителей.
- Магазин «в стиле аэропорта»: покупки «на лету» при помощи технологий.
- Новый виток развития ПВЗ, постаматов и складов «последней мили».
- «Суперприложения», объединяющие различные сервисы: финансовые, логистические и прочие.

Спикеры

**Влад Завьялов**, директор клиентского сервиса, Inventive Retail Group

**Михаил Морозов**, директор по работе с покупателями, «Утконос онлайн»

**Наталья Плетнева**, директор по продажам, DPD в России

**Илья Стародубцев**, директор по доставке, Lamoda

---

15:00 - 15:30

Окончание мероприятия. Обед