

## Стратегии и тактики российского пищевого бизнеса в кейсах!

Топ-менеджеры пищевых предприятий раскрывают собственный опыт в вопросах управления, стратегии, продаж, бренда, упаковки, продвижения и др.

### 25 апреля СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ДЕНЬ

09:00-10:00	Регистрация, утренний кофе, знакомство с выставкой
10:00-11:40	<b>Сессия 1. ЛЕГКО МОГЛО БЫТЬ ТОЛЬКО ВЧЕРА. АКЦЕНТ НА ВНЕШНЮЮ СИТУАЦИЮ</b>
10:00-10:10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Пищевая отрасль на пороге роста. Прогноз структурных изменений и развития отрасли на 3-5 лет. Рассмотрение кейса рынка Северо-западного региона РФ.</li> <li>Рассмотрение кейсов 3-х отраслей. Панельная дискуссия.</li> </ul>
10:10-10:40	<ul style="list-style-type: none"> <li>Формирование вариантов стратегии развития пищевого предприятия. 5 вариантов стратегии пищевого предприятия. Как заработать больше.</li> </ul>
10:40-11:10	<ul style="list-style-type: none"> <li>Условия для выбора стратегии — как принять правильное решение. 7 факторов, влияющих на выбор стратегии.</li> </ul>
11:10-11:40	<ul style="list-style-type: none"> <li>Конкурентная стратегия: лидер-нишевой игрок. Поиск точек роста. Точки роста, существующие у каждого – простые способы найти и обеспечить рост продаж и прибыльности предприятия.</li> </ul>
11:40-12:10	Кофе-брейк
12:10-14:00	<b>Сессия 2. ИЗМЕНЯЙСЯ ИЛИ УМРИ! АКЦЕНТ ВНУТРЬ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>
12:10-12:20	<ul style="list-style-type: none"> <li>Предсказание и преодоление внутренних кризисов и конфликтов в компании на различных этапах жизненного цикла. Аристократизм — ловушка для бизнеса. Анализ внутренней ситуации на предприятиях — динамика за 6 лет.</li> </ul>
12:20-14:00	<ul style="list-style-type: none"> <li>Как заставить предприятие включиться в сегодняшний день и начать зарабатывать деньги. Три способа увеличить прибыль. План работ на 60 дней, обеспечивающий рост продаж на 20%. Разбор кейса: Что мешает нашему прорыву и как это преодолеть?</li> </ul>
14:00-15:00	Обед
15:00-16:30	<b>Сессия 3. КАК СТРАТЕГИЮ ПРЕВРАТИТЬ В ПЛАН РАБОТ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>
15:00-15:15	<ul style="list-style-type: none"> <li>Адаптация системы управления под стратегию: структура, фокусное управление, система мотивации.</li> </ul>
15:15-16:30	<ul style="list-style-type: none"> <li>Разбор кейса: Как стратегия ложится в тактику. Система планирования работы предприятия под решение новых стратегических задач.</li> </ul>
16:30-17:00	Кофе-брейк – ответы на вопросы
17:00-18:00	Закрытый круглый стол
19:00-21:00	Экскурсия*

Модератор стратегического дня: **Роман Калинин** – кейсы из практики «ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ».  
Спикеры – участники 3-х сессий:

**Кейсы хлебопекарной индустрии:**  
Олег Данилов – кейс ТМ «Аладушкин»,  
Андрей Суценко – кейс ТМ «Хлебная мануфактура»

**Кейсы молочной индустрии:**  
Никита Волков – кейс «Галактика»,  
кейс «Дека – квас ТМ «Никола».

**Кейсы мясоперерабатывающей промышленности:**  
Сергей Лищук – кейс «Русагро»

Идет согласование спикеров

\* только для премиум-пакетов

	ХЛЕБНАЯ ПАНЕЛЬ	МЯСНАЯ ПАНЕЛЬ	МОЛОЧНАЯ ПАНЕЛЬ
09:00-10:00	Регистрация, утренний кофе		
Сессия 1 10:00-11:15	Хлебное место. Тенденции рынка хлебобулочных и кондитерских изделий	Рынок мясных продуктов – вектор развития	Переработка молока: тенденции и прогнозы
10:00-10:30	Тенденции в потреблении, портрет покупателя 2018 года по всем регионам РФ. Обзор актуальных европейских трендов. <i>Спикер: Андрей Мазурин, коммерческий директор «Lesaffre»</i>	Что предпочитает потребители мясной продукции? Изменение потребительских предпочтений 2016-2018 <i>Спикер: идет согласование</i>	Тренды молочного рынка. Изменение потребительских предпочтений 2016-2018. Обзор европейских трендов. <i>Спикер: идет согласование</i>
10:30-11:00	Обзор новинок – хлебопекарная и кондитерская отрасли ТОП-10	Обзор новинок в мясо-переработке 2017-2018. Топ-10	Обзор новинок молочных продуктов 2017-2018. Топ-10
11:00-11:15	Рекламный доклад	Рекламный доклад	Рекламный доклад
11:15-11:45	Кофе-брейк		
Сессия 2 11:45-14:00	Упакованный и неупакованный	Сырьевая база. Меркурий	Молочная продукция на полке
11:45-12:00	Голый хлеб – взгляд на предприятие и рынок. Перспективы развития категории. <i>Идет согласование спикеров</i>	Проблематика мясной отрасли и пути ее развития. <i>Идет согласование спикеров</i>	Маркетинг молочной продукции: правила выживания при неизбежном дефиците сырья. <i>Идет согласование спикеров</i>
12:00-13:00	Индустриальный VS Голый VS Ремесленный хлеб: методы управления категориями. <i>Андрей Сущенко, «Смоленский хлебокомбинат», ТМ «Хлебная мануфактура», Андрей Мазурин, «Lesaffre»</i>	Панельная дискуссия. Обсуждение кейсов практиков.	Правила управления ассортиментом молочного предприятия. Технология создания успешного молочного продукта, дающего оборот 1,5 млрд руб. в год <i>Сергей Лищук, кейс «ГК «Молочное дело»</i>
13:00-13:30	Ввод упаковки и ребрендинг – технология перехода на современный формат продукта. <i>Идет согласование спикеров</i>		
13:30-14:00	СУПЕРУПАКОВКА: разбор кейсов. Методика разработки и вывода на рынок нового дизайна упаковки: РФ, Беларусь, Казахстан. <b>Разбор кейсов предприятий. Упаковка и история вывода новой упаковки на рынок.</b> <i>Роман Калинин, Ватель Маркетинг</i>	Практика внедрения системы Меркурий – обмен опытом. <b>Разбор кейсов предприятий.</b>	Упаковка молочных продуктов. Без теории. Только кейсы! Разбор кейсов: РФ, Беларусь, Казахстан. <b>Разбор кейсов предприятий.</b>
14:00-15:00	Обед		
Сессия 3 15:00-16:30	Выход в другой регион с хлебопекарной продукцией	Скрытые резервы мясоперерабатывающего предприятия	Региональные молочные бренды – стратегии успеха
15:00-15:30	«Я пришел и победил!» – разбор кейсов предприятий, которые заняли нишу или рынок на чужой территории.	Правила «золотого ассортимента» в условиях нехватки сырья и нестабильности цен. Технология создания хита. Система расчета ценообразования и окупаемости продукта при работе с разными каналами продаж. <i>Сергей Лищук, кейс «Русагро»</i>	Правила выживания для локального игрока, факторы успешной конкуренции с федералом. Технология создания локального молочного бренда. Какой он должен быть? <i>Никита Волков, кейс «Галактика ТМ "Свежее завтра"».</i>
15:30-16:00	Стратегия победы на чужой территории. Методы выхода на новые рынки: стратегия, ассортимент, продажи.		
16:00-16:30	<i>Идет согласование спикеров</i>	<i>Идет согласование спикеров</i>	<i>Идет согласование спикеров</i>
16:30-17:30	Ответы на вопросы		
19:00-22:00	Фуршет «Сочинский пикник»*		

27 апреля

## КОММЕРЧЕСКИЙ ДЕНЬ

09:00-10:00 Регистрация, утренний кофе

10:00-12:10 Сессия 1. ВЗГЛЯД НА РОЗНИЦУ. ЧАСТЬ 1

10:00-10:10  Анализ эффективности каналов продаж за последние 5 лет

*Модератор дискуссии: Анна Малявина, Ватель Маркетинг*

**Ассортимент и торговая команда.**

«Дайте мне шанс сделать что-то из вас...»

Как развивать продажи на высококонцентрированных рынках – правила адаптации товарных матриц под форматы, как управлять коммерческими процессами, структура работы торговой команды)

**Фокус на традиционные каналы продаж**

10:00-11:10  Кейсы: Как вывести продукт в лидеры только с помощью усилий торговой команды предприятия.

*Спикеры 3-х отраслей. Идет согласование спикеров*

11:10-11:40 Кофе-брейк

11:40-14:00 Сессия 2. ВЗГЛЯД НА РОЗНИЦУ. ЧАСТЬ 2

11:40-12:00  Фокус на федеральный сетевой ритейл: как заставить байера всегда говорить «ДА».

Правила подготовки и расчета окупаемости входа в сеть. Кейс удачной коммуникации с байером и взрывного результата по продукту в канале «сетевая розница»

*Сергей Лищук, Кейс уточняется*

12:40-13:00  Как заработать на СТМ? Перспективы развития СТМ: точки роста и точки риска.

Правила успешного сотрудничества с сетью при поставке товара под СТМ сети.

12:40-13:00  *Никита Волков, Кейс X5 Retail Group,*

13:00-14:00  Удаленный отдел продаж : прибыль в рост или генерация убытков?

*Когда и как стоит организовать работу представительства на чужой территории и выйти на дальние рынки.*

14:00-15:00 Обед

15:00-17:00 Сессия 3. ВЗГЛЯД НА КОНЕЧНОГО ПОКУПАТЕЛЯ

Кейс «Бренд-победитель». Как силой бренда заслужить любовь конечного покупателя и «взять» рынок.

15:00-15:20  *Олег Данилов, кейс «Аладушкин»,*

15:20-15:50  *Сергей Лищук, кейс «Творобушки»*

**Кейс удачной коммуникационной кампании.**

Коммуникационная компания – что это такое: деньги на ветер или необходимость № 1.

Зачем, когда и как проводить?

15:20-15:50  Кейс «Супер-трейд». Медийная кампания VSTрейд – куда лучше потратить деньги?

15:20-15:50  *Идет согласование спикеров*

---

Контакты организаторов:

Сайт: [fprconf.com/food3d](http://fprconf.com/food3d)

Email: [info@funkypr.ru](mailto:info@funkypr.ru)

Тел.: +7 499 346 68 47

---



## Андрей Сущенко

Генеральный директор  
Смоленского  
хлебокомбината

В 2008 году вывел Смоленский Хлебокомбинат из состояния банкротства на уровень рентабельного бизнеса.  
В 2016 г. пересмотрел стратегию развития и занялся категорией «ремесленные хлеба» под ТМ «Хлебная Мануфактура».  
Направление имеет динамичное развитие.



## Олег Данилов

Ех-генеральный  
директор ЗАО «Охтинское»

Организатор прорыва ТМ «Аладушкин» – лидера ниши сдобных и кондитерских изделий СПб. В 2001 году предприятие сменило стратегию развития и за 3 года кратно увеличило тоннаж и прибыль. Освоены региональные рынки. В 2017 г. ТМ «Аладушкин» стала хэдлайнером ассортимента ГК «Дарница» и начала борьбу за рынок в категориях «хлеб» и «батонны».



## Никита Волков

Опыт управления  
маркетингом и продажами  
предприятий пищевой  
индустрии – 20 лет

Создал бренд для кваса «Никола» и занимался его продвижением в 2005 г. Ех-директор по маркетингу ГК «Галактика». Сторонник ликвидации агрессивных ценовых акций и повышения продаж за счет грамотного управления ассортиментом. За время работы в «Галактике» рост продаж всего ассортимента компании составил 30%.



## Роман Калинин

Генеральный директор  
ВАТЕЛЬ МАРКТЕИНГ

Ех-директор по маркетингу ГК «Каравай» и ОАО «Петербургский Мельничный Комбинат». В 2012 году, на базе своих достижений создал отраслевую консалтинговую компанию «ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ». К 2018 году в портфолио компании более 70 успешных проектов в России, Беларуси, Казахстане и Украине. Средний показатель роста продаж и прибыли предприятия в течение 3-х месяцев сотрудничества с ВАТЕЛЬ составляет 15%



## Сергей Лищук

Специалист – практик с  
более чем 20-ти летним  
стажем работы в  
индустрии FMCG.  
«Молочное дело»,  
«Русагро», «Талина»

Разработал и вывел на продажи 600 млн. руб./ год продукт под ТМ «Творобушки». Разноплановый опыт прибыльного управления ассортиментом и продажами в мясной и молочной индустрии. Успешный опыт выхода на новые рынки.



## Анна Малявина

Руководитель проектов  
ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ

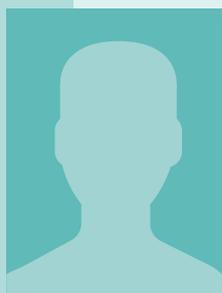
Успешный практический опыт в области маркетинга более 15 лет. Опыт управления ассортиментом и организации продаж на разных уровнях в компаниях: «PerfettiVan Melle», «Chupa-ChupsRUS», «Coca-Cola», «Каравай», «Петрохлеб». Тренер и руководитель проектов ВАТЕЛЬ МАРКЕТИНГ.



## Андрей Мазурин

Коммерческий директор  
компании «Лесафрр»

Разноплановый и яркий опыт работы на хлебопекарном и кондитерском рынке составляет более 20 лет. Управлял ассортиментом и продажами в ГК «Фацер» и «Каравай» СПб. На пике современных российских и европейских трендов хлебопечения.



## Здесь может быть ваше имя!

**Мы приглашаем к участию спикеров с интересным опытом и рыночными победами в молочной, мясной и хлебопекарной индустрии!**

**Нам есть чему поучиться друг у друга!**