

8-й щорічний конгрес індустрії роздрібно́ї торгівлі



30-31 жовтня 2024,
Київ
www.retailexpo.com.ua

ОБ'ЄДНАНІ ДЛЯ УСПІХУ

Восьмий щорічний конгрес індустрії роздрібно́ї торгівлі

Retail Expo 2024 Об'єднані для успіху

30-31 жовтня, Київ, Pochayna Event Hall

Коли ми об'єднані — ми непереможні! Разом, об'єднані для успіху, ми формуємо наше майбутнє, зміцнюємо економіку, визначаємо вектори розвитку ринку ритейлу, зміцнюємо позиції компаній. Підтримуючи один одного в ці складні часи, ми допомагаємо пережити виклики та створюємо нові можливості. Обмін досвідом — це наш безцінний ресурс! Зробіть свій внесок у спільну справу – долучайтеся до одного з найбільших ритейл-конгресів країни, де обмін досвідом стає каталізатором розвитку нашого ринку.

Програма конгресу 30 жовтня 2024 року

09:00 – 10:00

Реєстрація учасників Retail Expo 2024, кава та нетворкінг в Expo Zone

10:00 – 12:00

HALL 1

**CEO Talk: Сьогодення та майбутнє українського ритейлу: виклики та можливості в умовах війни.
Дискусія керівників ритейл-компаній**

Серед питань для обговорення:

- Які ключові ініціативи реалізують ритейлери для підтримки ЗСУ та українців?
- Як ритейлерам вижити в умовах війни та кризи? Які стратегії управління ризиками найефективніші?
- Як кадрова криза руйнує ефективність ритейлу? Як мінімізувати вплив кадрового дефіциту?
- Які заходи безпеки для працівників і клієнтів впроваджують в ритейлі?
- У що зараз варто інвестувати, щоб залишатися конкурентоспроможними?
- Інфляція та валютні коливання: що допомагає зберігати цінову конкурентоспроможність?
- Підготовка до зими та роботи в умовах відключень електроенергії.
- Як забезпечити стабільність постачань під час війни? Досвід подолання логістичних викликів
- Як змінюються формати українських магазинів та чому? Які формати будуть найбільш перспективними в 2025-2026 рр?
- Як змінювалися споживачі у 2024 році? Як адаптуватися до нових поведінкових трендів?

12.00 – 12.30

Кава та нетворкінг в Expo Zone

12.30 – 14.30

HALL 1

Секція «Перспективні проекти ритейл-ринку»

Секція демонструє історії ритейлерів, які, незважаючи на війну, започаткували та успішно розвивають свій бізнес в offline ритейлі, завойовуючи довіру споживачів. Також у секції будуть представлені проекти торговельної нерухомості, які, попри складні обставини, продовжують розвиватися і стають важливими платформами для запуску нових брендів. Ці проекти відіграють ключову роль у відновленні економіки та стимулюванні бізнес-активності в Україні, незважаючи на виклики, що постають перед країною.

HALL 2

Сучасний магазин: інновації, тренди та розумні технології, що трансформують український ритейл

Секція зосереджена на ключових інноваціях, трендах і трансформаціях, які змінюють формат сучасних магазинів та рухають український ритейл і сервіс вперед.

Теми, що будуть розкриті в рамках секції:

1. Розумні технології, які оптимізують роботу магазинів і покращують клієнтський досвід.
2. Використання штучного інтелекту, робототехніки та IoT (інтернет речей) у сучасних магазинах.
3. Екологічні та соціальні тренди. Приклади екологічних та соціальних інновацій у ритейлі, які впроваджуються в Україні.
4. Персоналізація покупок: Вплив Big Data і AI на клієнтський досвід.
5. Впровадження AR/VR в українському ритейлі: приклади та результати.
6. Технологічні рішення для покращення логістики та управління запасами:
 - Як інновації в логістиці та управлінні ланцюгами постачання підвищують ефективність магазинів.
 - Вплив автоматизації та штучного інтелекту на управління запасами та прогнозування попиту.

HALL 3

Підвищення якості роботи та мотивації торгових команд: практичні рішення для роздрібних мереж

Доповідачі провідних компаній поділяться досвідом впровадження мотиваційних програм, підходів до навчання та розвитку персоналу, а також обговорять, як забезпечити стабільну якість обслуговування клієнтів в умовах постійних змін.

Теми, що будуть розкриті в рамках секції:

1. Як мотивувати торгові команди під час війни?
2. Стандарти обслуговування клієнтів у воєнний час: адаптація та впровадження нових підходів.
3. Навчання та розвитку персоналу в умовах постійних змін:
 - Як ефективно організувати навчання для персоналу в умовах нестабільності.
 - Роль цифрових інструментів у навчанні та розвитку торгових команд.
4. Управління продуктивністю: які інструменти допомагають? Як керівники можуть ефективно підтримувати та надихати свої команди?
5. Психологічна підтримка торгових команд: Чому це важливо? Інструменти підтримки ментального здоров'я та стрес-менеджменту.

14.30 – 15.00

Кава та нетворкінг в Expo Zone

15.00 – 17.00

HALL 1

Дискусійна панель Адаптивний маркетинг: як знаходити підхід до чутливого споживача

Серед питань для обговорення:

1. Яку функцію та роль виконує маркетинг у ритейл-компаніях під час війни?
2. Залишатися релевантними під час війни та економічної нестабільності: Які підходи можуть допомогти брендам підтримувати інтерес споживачів, коли лояльність до брендів суттєво знижується?
3. Як ритейл пристосовується до різних споживчих настроїв у регіонах? Чи відрізняється комунікація для прифронтових та тилкових міст?
4. Емоційна та психологічна втома: Як правильно інтегрувати тему війни та зборів у маркетингові комунікації, не викликаючи додатковий стрес у споживачів? Як зберігати баланс між емпатією та ефективністю?
5. Як ритейлерам та брендам адаптувати свої маркетингові стратегії до скорочення часу, який споживачі проводять онлайн? (Згідно з опитуванням Kantar, 28% респондентів свідомо зменшують свою онлайн-активність. Основні причини: бажання уникнути негативу (39%), нестача часу (34%), перенасиченість рекламою (18%).)
6. Які соціальні ініціативи та благодійні проекти виявилися найбільш ефективними?
7. Приклади успішних маркетингових кейсів.

HALL 2

Продовження секції «Сучасний магазин: інновації, тренди та розумні технології, що трансформують український ритейл»

HALL 3

Кейс-секція: Психологія покупок та інструменти збільшення продажів в магазині

Теми, що будуть розкриті в рамках секції:

1. Крос-продажі та апсейлінг: як збільшити середній чек покупця.
2. Персоналізовані підходи до клієнтів в місці продажу.
3. Реальні кейси мерчандайзингу, що впливають на рішення клієнта.
4. Досвід створення атмосфери, що спонукає до імпульсних покупок.

17.00 – 18.00 - Ігристе, нетворкінг в Expo Zone

31 жовтня 2024 року

09:00 – 10:00

Реєстрація учасників Retail Expo 2024, кава та нетворкінг в Expo Zone

10:00 – 12:00

HALL 1

CEO Talk: «Виклики та можливості для ТРЦ у сучасних реаліях, результати 2024 року» Дискусія керівників ТРЦ

Серед питань для обговорення:

1. Які ключові ініціативи реалізують ТРЦ для підтримки ЗСУ та українців?
2. Результати роботи у 2024 році:
 - Які нові орендарі відкрилися? Як змінилася структура тенант-міксу? Яких орендарів стало більше і чому?
 - Відвідуваність ТРЦ у 2024 році: які фактори найбільше впливали на трафік?
 - Вплив мобілізації на продажі та відвідуваність.
 - Які категорії орендарів демонструють найкращі результати та чому?
3. Забезпечення стабільної роботи ТРЦ:
 - Як ТРЦ планують забезпечити безперебійну роботу взимку під час відключень світла?
 - Досвід використання імпортої електроенергії: особливості, переваги, витрати для ТРЦ та орендарів.
4. Як повернення відомих міжнародних брендів вплинуло на ринок та відвідуваність ТРЦ? Чи стало це загрозою для локальних гравців? . Як керівники ТРЦ оцінюють роботу українських брендів у поточних умовах?
5. Які головні виклики постають у відносинах між орендарями та орендодавцями? Як вирішуються проблеми?

12.00 – 12.30

Кава та нетворкінг в Expo Zone

12.30 – 14.00

HALL 1

Споживач у воєнний час: Як настрої впливають на продажі та бізнес-стратегії

Доповіді від провідних аналітичних компаній та ритейлерів країни.

Теми, що будуть розкриті в рамках секції:

1. Емоційний стан споживачів і його вплив на поведінку покупців:
 - Як стрес, невпевненість та зміна пріоритетів впливають на рішення щодо покупок.
 - Аналіз категорій товарів, попит на які зріс або зменшився у зв'язку з війною.
2. Зміна структури споживчих витрат.
3. Цінова чутливість споживачів:
 - Як зміни в доходах та інфляція впливають на сприйняття ціни;
 - Стратегії ритейлерів щодо підтримання лояльності клієнтів через спеціальні пропозиції, знижки, акції.
4. Порівняння поведінки покупців у різних регіонах України, включаючи прифронтові райони.
5. Вплив патріотизму на споживання: підтримка локальних брендів та українських виробників.

14.00 – 14.30

Кава та нетворкінг в Expo Zone

14.30 – 16.30

HALL 1

ТОР-обговорення "Кадровий дефіцит у ритейлі: виклики та стратегії подолання"

Серед питань для обговорення:

1. Яка наразі ситуація з потребою в персоналі в ритейлі? Які категорії персоналу є найбільш затребуваними?
2. Як дефіцит кваліфікованих кадрів впливає на операційну ефективність роздрібних компаній?
3. Як війна та міграційні процеси змінили демографічну структуру ринку праці в ритейлі?
4. Чи єдиним рішенням є рекрутинг? Які стратегії можуть бути ефективними для залучення та утримання кваліфікованих працівників?
5. Як зменшити плинність кадрів та зберегти ключових працівників?
6. Які програми підтримки та розвитку персоналу допомагають ритейлерам залишатися конкурентоспроможними?
7. Які наразі існують очікування працівників щодо умов праці та соціальних гарантій?
8. Як ритейл піклується про психологічний стан своїх співробітників?
9. Співпраця з освітніми закладами для підготовки кваліфікованих кадрів

16.30 -18.00

HALL 1

Inspirational Section

Огляд найкращих українських та світових сервісів і форматів у ритейлі. Потенціал України у формуванні нових трендів у ритейлі та HoReCa: чому українці можуть навчитися Європу?

Формат: міні доповіді та дискусії експертів

18.00 – 19.00 - Ігристе, нетворкінг в Expo Zone