



МЕБЕЛЬНЫЙ РЕСТАРТ

Прошедший год стал внезапной и жесткой проверкой на прочность для всех участников мебельного рынка – да и в целом любого бизнеса. Обнажились все «узкие» места, обострились проблемы, на которые мебельщики долгое время закрывали глаза. Но, вместе с тем, пандемия дала колоссальный импульс для развития онлайн-каналов продаж, глобального пересмотра своего бизнеса, поиска свежих решений и выхода на рынок новых игроков

А еще пандемия подтвердила: **СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ – ЭТО УПРАВЛЕНИЕ ВЫБОРОМ ПОТРЕБИТЕЛЯ**. Чтобы в условиях новой реальности покупатель мог сделать нужный нам выбор, необходима комплексная работа над Стратегией компании + Продуктом + Брендом как гарантом доверия + Техниками продаж

О том, как взглянуть на свой бизнес со стороны и перезагрузить каждое из этих направлений, подробно поговорим с экспертами-практиками конференции **«МЕБЕЛЬНЫЙ РЕСТАРТ»** в рамках популярного общероссийского образовательного проекта «ШКОЛА МЕБЕЛЬНОГО ДЕЛА». Ведь мы уверены, что 2021-й еще удивит нас новыми возможностями и перспективами. Но воспользоваться ими смогут только те, кто к ним готов!



9 апреля (пятница), с 10:00 до 17:00

Отраслевая бизнес-конференция

МЕБЕЛЬНЫЙ РЕСТАРТ:

бизнес в новой реальности

(стратегия, продукт, «упаковка», продажи)

Для кого:

руководители и владельцы мебельного бизнеса, коммерческие директора, руководители отделов маркетинга и рекламы, руководители розничной сети



REKANA
MARKETING AGENCY

ПРОГРАММА

| | |
|-------------|---|
| 10:00-10:30 | Регистрация участников, свежая мебельная пресса и welcome-консультации спикеров |
| 10:30-12:00 | <p><u>СТРАТЕГИЯ: как мебельному бизнесу развиваться в 2021 году?</u></p> <p>Самые важные тренды и практики от мировых экспертов (экономистов и маркетологов) – для того чтобы вы могли РАЗВИВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС в кардинально новой реальности. Той реальности, когда покупатель выбирает быстро, но очень осознанно. 20 лет маркетингового опыта «в полях» позволили отделить теоретизированные, «бумажные» тренды от реальных – тех, что нужно внедрять максимально быстро, «уже завтра»</p> <ul style="list-style-type: none"> — 4 мегатренда современного маркетинга, которые должны определять бизнес-процессы успешной компании. Не знать – значит отстать. Не применять – значит проиграть! — Растущие тренды, которые помогут вырваться вперед — Как работать с трендами, чтобы они превращались в деньги, и где искать новые идеи для развития? <p>Спикер: Наталья Баршева, эксперт-практик по фундаментальному маркетингу, брендингу и продвижению компаний, основатель и руководитель агентства REKANA, автор книги-бестселлера «Инструментарий»</p> |
| 12:30-13:00 | Перерыв (консультации спикеров, обмен мнениями) |

12:30-14:00

ПРОДУКТ: какой продукт ждут клиенты и дизайнеры?

Специальная сессия в формате КРУГЛОГО СТОЛА, посвященная наиболее актуальным и острым вопросам в работе ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МЕБЕЛИ И ДИЗАЙНЕРОВ ИНТЕРЬЕРА, АРХИТЕКТОРОВ. Активный диалог участников, только реальный опыт, поиск конструктивных решений и новых, перспективных точек контакта.

- **Какой мебели не хватает дизайнерам:** акцент на качество материалов, эргономику, дизайн и сервис. Почему продукция, привезенная из Италии, обходится дешевле, чем та, что сделана в России?
- **Почему не каждый мебельщик готов работать с дизайнерами?** Главные причины разногласий – творческий VS производственный подход
- **От трудностей – к партнерству:** системная работа, прозрачные обязательства, выгодные условия. Как подружиться с дизайнерами? Реальные кейсы участников

Модератор: Наталья Баршева, REKANA
Участники:

Вероника Антелава, дизайнер мебели, руководитель отдела по работе с VIP-клиентами (дизайнерами и архитекторами) компании **Mr.Doors** + **Представители мебельных компаний-производителей Дарья Одарюк и Сергей Захаров**, дизайнеры, основатели студии дизайна и архитектуры **FlowBuro**, совладельцы и руководители салона мебели **InteriorSaloni** (Краснодар)
+ 2 спикера на согласовании

МЕБЕЛЬНЫЙ РЕСТАРТ



9 апреля 2021 года
Краснодар, ВКК «Экспоград
Юг»
«ШКОЛА МЕБЕЛЬНОГО ДЕЛА»
10:00-17:00 (пав.3, зона 2)



ПРОГРАММА

| | |
|-------------|---|
| 14:30-15:00 | Перерыв (консультации спикеров, обмен мнениями) |
| 14:00-15:30 | <p><u>Как «упаковать» свою уникальность и заслужить ДОВЕРИЕ?</u></p> <p>БРЕНД СЕГОДНЯ – это, в первую очередь, ПРО ДОВЕРИЕ и ПРО ДЕНЬГИ, а не про красоту, пиар или статус. Бренд нужен для того, ЧТОБЫ ПОКУПАТЕЛЬ УВИДЕЛ ВАС среди продуктовых брендов других категорий, ПОВЕРИЛ ВАМ и КУПИЛ. В рамках этой сессии поговорим об основных этапах создания Мебельного Бренда и о том, каких ошибок при этом следует избегать</p> <p>— Как упаковать своё ключевое УТП: пошаговый алгоритм построения Бренда</p> <p>— Бренд-платформа как необходимый фундамент для начала любых маркетинговых бизнес-процессов</p> <p>Спикер: Наталья Баршева, REKANA</p> <p>Специальный гость: Надежда Бардакова, руководитель отдела маркетинга фабрики мягкой мебели «ЕЛЕНА» (Ростов-на-Дону), курирующая масштабный проект по ребрендингу, модернизации ассортиментной матрицы и обучению персонала</p> |

15:30-17:00

ПРОДАЖИ: как сейчас успешно продавать новый продукт в мебельном магазине?

Как часто мы сталкиваемся с тем, что управляющие и продавцы в рознице воспринимают **ВСЕ ИЗМЕНЕНИЯ В ШТЫКИ** – особенно, если эти перемены происходят стремительно, как было, например, во время карантина. И это касается буквально всего – от простого внедрения системы CRM до глобального обновления онлайн-продаж. Добавьте к этому проблемы с выполнением плана: «У нас падают продажи – нет трафика», «Всего 2 человека в день заходит», «Всем дорого – пандемия, 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% - это не так. **КАК ПРОДАВАТЬ НА МИНИМАЛЬНОМ ТРАФИКЕ** в условиях сегодняшней реальности?

— **Статистика продаж с 2017 по 2020** год в мебельных магазинах России в сегментах от премиума до эконома и по всем группам товаров. Что говорят цифры?

— **«2 посетителя (не клиента!) в день заходят в мой магазин».** А давайте посмотрим трафик у ваших конкурентов за последние 4 года. Что изменилось?

— **«Всем клиентам дорого».** А как вы это можете проверить? Составляем финансовый портрет клиента по «ABC» категориям

— **Смотрим отчет руководителя розницы и продавцов** – не более 30-60 покупателей в салоне за месяц. Наш аудит показывает – 480 потенциальных покупателей. Почему ваш персонал так боится аудита продаж?

— **А теперь от цифр к делу!** Что нужно сделать и как управлять продажами в новых условиях? Реальные кейсы

— **Как перестать терять трафик и увеличить конверсию в договор за 2 месяца?** Ваша система контроля продаж в магазине с минимальными ресурсами – всего 12 инструментов

Спикер: Алексей Лопухин, , эксперт-практик, 28 лет работы по продажам в мебельной рознице и опте. Основатель и генеральный директор компании **МИР** - «Мебель. Инвестиции. Ритейл», а также Мебельного Закупочного Союза **«АТЛАНТМЗС»**

МЕБЕЛЬНЫЙ РЕСТАРТ

УВИДИМСЯ!

Регистрация на [UMIDS.ru](https://umids.ru)