|  |  |
| --- | --- |
| http://acgi.ru/data/images/493185_731e6_th | **ЛУЧШИЕ ПРАКТИКИ ЛИДЕРОВ РЫНКА И****ТЕХНОЛОГИИ ЗАВТРАШНЕГО ДНЯ** |
| [www.kids-marketing.ru](http://www.kids-marketing.ru) | Электронная почта: marketing@acgi.ruТел./факс: +7 (499) 519 0281 (83) |

**Антонина Цицулина: «Секреты детского маркетинга» - это блиц-площадка,**

**на которой можно выбрать лучшее»**

|  |
| --- |
| **Москва, 27 апреля 2018 годаhttp://img.kidsoboz.ru/src/img/dot.gif**6 апреля официально завершился VIII специализированный форум [«Секреты детского маркетинга»](http://www.kids-marketing.ru/), но работа команды на этом не закончилась: обрабатывались и рассылались презентации и видеозаписи выступлений, подводились итоги голосования за лучших спикеров, изучалось мнение участников, которые они высказали в ходе опросов, изготавливались [видеофильмы](https://yadi.sk/d/SMxhuUKw3Uq3bs/%D0%A4%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%BC%202018%20%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC.mp4) и [интервью](https://yadi.sk/d/SMxhuUKw3Uq3bs/%D0%92%D0%98%D0%9F%20%20%D0%92%D0%BE%D0%BB%D1%8B%D0%BD%D0%B5%D1%86.mp4). Спустя три недели мы готовы подвести окончательные итоги, которые перекидывают мостик от завершившегося форума к новому и обучающим программам, которые выросли на его основе.- Форум за восемь лет стал своеобразной блиц-площадкой, на которой можно увидеть, услышать, узнать лучшее для развития детского маркетолога и дальше, выбрав то, что нужно именно тебе, погружаться в это с головой, - отметила особенность «Секретов детского маркетинга» со-организатор мероприятия, президент АИДТ [**Антонина Цицулина**](https://yadi.sk/d/SMxhuUKw3Uq3bs/%D0%92%D0%98%D0%9F%20%D0%A6%D0%B8%D1%86%D1%83%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B0.mp4). - Маркетологам в ближайшие 5-7 лет придется очень интенсивно учиться, потому что под натиском новых технологий исчезает ряд специализаций, - подчеркнула актуальность форума как обучающей площадки со-организатор, декан Высшей школы маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ **Татьяна Комиссарова**, которая, по итогам завершившегося голосования была названа участниками форума одним из лучших спикеров.Возглавил четверку лучших основатель компании USABILITYLAB, автор книги «Психология потребителя» [**Дмитрий Сатин**](https://yadi.sk/d/SMxhuUKw3Uq3bs/%D0%92%D0%98%D0%9F%20%D0%A1%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BD.mp4), который участвовал в дискуссии «Поколение 3.0. Тренды и инсайты цифрового поколения детей и родителей». Второе место участники форума отдали исполнительному директору РАСО, профессору Департамента интегрированных коммуникаций НИУ ВШЭ **Юлии Грязновой** за лекцию «Будущее коммуникаций в индустрии детских товаров». Третье место разделили сразу два спикера - **Татьяна Комиссарова** за лекцию «Дорожные карты по компетенциям маркетологов» и **Катерина Поливанова** из Центра исследований современного детства НИУ ВШЭ за выступление Millennial Moms. Впервые за 8 лет проведения форума его организаторы и участники от разговоров об этичности и ответственности перешли к конкретным действиям и подготовили для публичного обсуждения декларацию, которая затрагивает деятельность всех маркетологов индустрии детских товаров. Ознакомиться с текстом Декларация принципов этичного и ответственного маркетинга товаров и услуг, предназначенных для детей можно на сайте АИДТ: <http://acgi.ru/news_494333/>Еще одной отличительной особенностью и очередной ступенькой в развитии форума стали новые площадки для продвижения компаний-участниц: экспозона «Секретов детского маркетинга», на которой была представлена продукция 17 компаний, питч-сессии и презентации с главной сцены форума. Вот как сами участники оценили новые форматы:-Я использовал все предложенные организаторами активности, кроме питч-сессии,- сообщил коммерческий директор компании WAWATA **Владислав Конечнов** (Ярославль). - Мне понравилось все: экспозона - это возможность увидеть и потрогать. Презентация – посыл, что можно поговорить, обсудить возможности сотрудничества. На самом деле после выступления ко мне сразу несколько компаний подошло. Pre-Party – это вступительная часть, чтобы разогнать кровь. Я и Москву «облетел» и наладил контакты с коллегами-участниками форума.-Надеюсь, что возможность презентовать свою компанию, вызвать к ней интерес войдет в традицию на форуме, - мнение руководителя проектов компании Вендшоп **Алексея Буреня** (Сегиев Посад). – Испытание на питч-сессии, когда надо было уложиться в три минуты и при этом успеть расставить главные акценты, - это определенный вызов. Но это и своеобразный тренинг, который можно использовать в дальнейшем в работе. Это было здорово!- О форуме знаю давно, но принимаю участие впервые, - поделилась своими впечатлениями руководителя тендерного отдела ТД Дилявер **Зоя Ковтун** (Москва). - Очень нравится ваш очень необычный формат. Здесь знакомства – нетворкинг вплетен в неформальное общение. Это очень помогает найти нужные контакты. Это обязательно надо переносить на все мероприятия. Этот формат очень эффективный, он используется в Европе в больших компаниях и очень приятно, что такой формат можно встретить и в России и эффективно им воспользоваться.От лица небольших компаний о полезности и важности форума сказала руководитель коммерческого отдела компании Мобиле **Анна Сироткина**, которая участвовала в бизнес-завтраке «Маркетплейсы против интернет-магазинов»:**-** Очень радует, что нам показали и рассказали о том, что сейчас на гребне волны. Все самое-самое актуальное и свежее, о чем мелкие производители даже не задумываются. А мы очень даже заинтересованы в таких знаниях, которые позволяют быстро адаптироваться и ничего не упустить.В этом году состав слушателей значительно обновился за счет тех, кто много слышал о «Секретах детского маркетинга» и захотел лично принять участие в форуме, который пользуется спросом и стал мега-популярным среди детских маркетологов. Организаторам было важно получить «обратную связь» от новичков.-Впервые участвовали в форуме, мои ожидания превзошли то, что я увидела, - отметила коммерческий директор завода «Огонек», **Людмила Курт**. - Как специалист по маркетингу с дипломом МBI могу сказать, что форум предоставляет спикеров очень высокого уровня, у которых есть чему поучиться. Партнеры любого мероприятия – это те компании и люди, которые помогаю создать мероприятие и одновременно самые строгие критики:-В целом все понравилось, в частности то, что спикеры выступают на расстоянии вытянутой руки и они готовы отвечать на вопросы – это работает, отметил представитель банка Хоум Кредит **Иван Горковенко.** - Был очень интересен бизнес-завтрак, где люди были раскрепощены и получилось живое общение. Банку интересна детская тематика, потому что детский рынок, если мы говорим про деньги, третий по объему рынок, а дети - это наше будущее. Банк понимает, что работает с нашей будущей аудиторией и может уже существующей. Здесь – на маркетинговом форуме - мы увидели огромные возможность синергии. |
|

|  |
| --- |
|  |
|

|  |
| --- |
|  |

 |

 |
| Форум завершил свою работу, но у маркетологов остались их секретные тетради, в которых среди чек-листов и другой полезной информации есть приглашение пройти обучение, которое Национальная ассоциация игрушечников России организовала при поддержке Минпромторга России для специалистов по маркетингу и PR.Продолжайте следить за нашими новостями в FB: <https://www.facebook.com/groups/kidsmarketing/>, а также а ресурсах наших партнеров, которые по-прежнему остаются с нами и продолжают писать на темы маркетинга в индустрии детских товаров:Главный отраслевой информационный партнер форума [РДТ-Инфо](http://rdt-info.ru/2018032013718/vasiliy-fofanov-nordteks-klyuchevoy-parametr-uspeshnoy-realizatsii-izuchenie-svoih-pokupateley.html) Главный Fashion партнер [PROfashion.ru](http://profashion.ru/news/171643/) LIFE-партнёр [KIDSOBOZ.RU](http://kidsoboz.ru/)Партнеры: [PR News](http://prnews.ru/topic/obrazovatelnaa-programma-dla-pr-specialistov-industrii-detskih-tovarov)[AdIndex](https://adindex.ru/news/releases/2018/03/13/169740.phtml) [MarketingPeople](http://marpeople.com/news/115998/sekretnye-programmy-foruma-detskih-marketologov)[Журнала «Планета детство»](http://www.planetadetstvo.ru/News.aspx)["Точка Продаж"](http://b2bcontact.ru/tp-events/item/1372-forum-secret-kids-marketing-2018)[РАСО](https://www.raso.ru/news/24197/)[KIDSOBOZ.RU](http://kidsoboz.ru/news/sryivaem_pokrov_sekretnosti_s_programmyi_VIII_foruma_sekretyi_detskogo_marketinga/)http://img.kidsoboz.ru/src/img/dot.gifВсегда на  связи!

|  |  |
| --- | --- |
| http://img.kidsoboz.ru/src/img/dot.gifДля участников и партнёров форума: welcom@acgi.ruДля информационных партнёров форума: pr-event@acgi.ru | Адрес для документов и материалов форума:121165, Москва, ул. Студенческая, дом 33, стр.14тел./факс: +7 (499) 519 0281 (83), doc@acgi.ru  |

Организаторы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| C:\Users\Elena\Desktop\Каталог АИДТ\Логотипы компаний\НАИР.jpg |  | http://img.kidsoboz.ru/src/img/dot.gif C:\Users\Elena\Desktop\Каталог АИДТ\Логотипы компаний\Высшая школа маркетинга и развития бизнеса ВШЭ.png |

 |
|  |