

Проект Деловой программы Международной выставки «Спорт»

Место проведения: Москва, Всероссийский выставочный центр, Павильон № 75

Даты проведения: 26 – 28 марта 2013 года

-

Всероссийское совещание

по вопросу достижения целей и задач ФЦП

**"Развитие физической культуры и спорта в Российской Федерации на 2006-2015 гг." и
стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации
на период до 2020 года:**

Модератор: Министерство спорта Российской Федерации

Научно-практический конгресс

с участием специалистов из Германии, Китая, Белоруссии, Украины, Казахстана

**«Научно-методическое и медико-биологическое сопровождение
подготовки высококвалифицированных спортсменов»**

Научно-методическое сопровождение:

- Комплексный подход (техничко-тактическая подготовка, специально физическая, оценка функциональной подготовленности, вопросы кинезиологии)

Медико-биологическое сопровождение:

- восстановительные и реабилитационные мероприятия
- спортивное питание
- фармакологическое обеспечение

Подготовка кадров или кадровое обеспечение

Участники:

- Министерство спорта Российской Федерации
- Олимпийский комитет России (ОКР)
- Российская академия медицинских наук (РАМН)
- Российская академия наук (РАН)
- Государственный научный центр Российской Федерации
- Институт медико-биологических проблем РАН (ГНЦ РФ ИМБП РАН)

- Федеральное медико-биологическое агентство России (ФМБА России)
- Лечебно-реабилитационный центр Минздрава России
- Институт стратегического планирования
- Российский государственный университет физической культуры, спорта, молодежи и туризма
- Московская государственная академия физической культуры под эгидой ФГБУ ФНЦ ВНИИФК с участием стран содружества СНГ

Модератор: Федеральное государственное бюджетное учреждение ФНЦ «Всероссийский научно-исследовательский институт физической культуры и спорта»

Международный Футбольный Форум «Инновационные технологии и решения в области проектирования, строительства и управления Футбольными аренами»

- Новейшие архитектурные решения и стандарты в области проектирования Футбольных арен и стадионов
- Проекты комплексных решений по обеспечению безопасности спортивных объектов и спортивно-массовых мероприятий:
- Концепция комплексных решений в области обеспечения безопасности при проведении спортивно массовых мероприятий на примере футбольных первенств и чемпионатов.

Саммит директоров спортивных магазинов

«ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ СПОРТИВНЫХ МАГАЗИНОВ, УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ И КАТЕГРИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»

- Оптимизации системы анализа торговой деятельности спортивных магазинов.
- 14 основных задач анализа и показатели для каждой задачи.
- Организация сравнительного анализа – по типам магазинов, по сети, по товарным категориям.
- Периодичность анализа.
- Сбор и эффективная группировка данных.

- Основные показатели, по которым определяются тенденции развития спортивных магазинов и сетей магазинов.
 - Анализ динамики товарооборота – по магазину, сети, по товарным категориям. Тенденция и сезонность. Выявление групп (товаров)- «магнитов» и «паразитов».
 - Анализ структуры ассортимента. Структура товарооборота и значение товарных групп.
 - ABC, XYZ анализ – как эффективно их проводить. Методика определения различных товарных сегментов для повышения эффективности продаж. Возможные варианты стратегий работы с выявленными сегментами товаров.
 - Анализ структуры чеков. Выводы и действия.
 - Анализ посещаемости. Выводы и действия.
 - Значения показателей - что является низким, допустимым, высоким значением (для каждого показателя)
-
- Формирование структуры товарной категории.
 - Факторы, влияющие на ассортимент.
 - Как определить необходимую глубину ассортимента. Связь глубины ассортимента с продажами.
 - Соотношение товаров и марок различных ценовых категорий.
 - Критерии для введения товаров в ассортимент.
 - Критерии для вывода товаров из ассортимента.
 - Стандарты ассортимента в сети спортивных магазинов.
-
- Ценообразование и стимулирование продаж.
 - Установление цены на товары с различными ролями в ассортименте.
 - Ценовые методы стимулирования продаж: специальные акции, скидки, распродажи и т.п. Определение необходимости, организация, проведение.
 - Неценовые методы стимулирования продаж.
 - Собственные акции, совместные.
 - Оценка эффективности проведенных акций.

- Управление товарными запасами.
- Причины возникновения дефицитов и товарных излишков в спортивных магазинах.
- Способы избежать товарного дефицита и возможности переноса спроса (по времени, на аналоги).

- Мерчандайзинг.
- Общие принципы выкладки.
- Устранение негативных моментов в выкладке.
- Стандарты выкладки в спортивных магазинах.
- Влияние правильной выкладки товаров на продажи.
- Новые товары.
- Акценты и средства привлечения внимания к товару.
- Принципы композиции в выкладке товаров (в витринах).
- Виды дополнительных точек продаж, правильное оформление.
- Перекрестный мерчандайзинг.

- Участники:
- руководители розничной сети, руководители магазинов;
- категорийные менеджеры;
- руководители и сотрудники отдела закупок, руководители и сотрудники коммерческого отдела, товароведы;

Модератор: - ООО "Юнион-Стандарт Консалтинг" - Кира и Рубен Канаян

«САЙТ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ. СОЗДАНИЕ, МОДЕРНИЗАЦИЯ, ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ»

- Специфика виртуального пространства и бизнеса в online-среде.

- Что такое интернет – магазин, на чем он зарабатывает? Чем продвижение магазинов отличается от продвижения других сайтов?
- Создание эффективных сайтов при минимальных вложениях. Этапы работы. Практикум: «Как принять сайт и не допустить ошибок? Проверка качества созданного сайта». Практикум: «Подбор и контроль подрядчика на проекте создания сайта». Практикум: «Подбор технологической платформы для сайта без специальных знаний». Метрики эффективности сайта. Разбор кейсов
- Модернизация сайта – не просто создать заново. Оценка качества сайта
- Технологические аспекты приемки сайта. Основные точки проверки. Стандарты и совместимость. Практикум: «Проверка доступности, скорости загрузки сайта». Кроссбраузерность верстки сайта
- Влияние качества сайта на эффективность онлайн-продаж. Удобство использования как ключевой фактор доверия. Юзабилити сайта. Практикум: «Быстрая оценка удобства использования сайта». Практикум: «Оценка качества конкурентов»
- Веб-аналитика: конвертация посетителей в клиентов. Какие могут быть использованы счетчики статистики? Практикум: «Примеры анализа эффективности сайта и рекламы с использованием GoogleAnalytics и ClickTale». Выявление неэффективных страниц сайта

ИНТЕРНЕТ - МАГАЗИН: ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА

- Инструменты для привлечения клиентов: оптимизация и поисковое продвижение, контекстная реклама, баннерная (медийная) реклама, Email-маркетинг и др.. Комбинирование методов: когда и в каких случаях?
- Поисковая оптимизация сайтов. Что влияет на позицию сайта в результатах поиска? Алгоритм воздействия на поисковую выдачу
- Рынок поискового продвижения. Практикум: «Подбор и контроль подрядчика на проекте поискового продвижения сайта»
- Подбор запросов - составление семантического ядра. Практикум: «Составление корректного семантического ядра при наличии прошлого опыта продвижения». Практикум: «Подбор ключевых слов в конкурентной тематике для эффективного расходования бюджета». Неправильная интерпретация потребительского поведения.
- Внутренняя оптимизация и повышение внешней видимости сайта
- Практикум: «Выбор модели совмещения контекстной рекламы и поискового продвижения»
- Практикум: «Создание эффективного макета письма. Примеры повышения продаж с помощью инструмента»
- Socialmediamarketing, какие задачи можно решать с его помощью . Что не работает в социальных сетях. Покупательская активность посетителей социальных сетей. Анализ конкурентов. Кто активно работает на интернет-рынке с Вашими клиентами

- SMM – кампания. Разработка идеи (мозговые штурмы). Определение площадок и инструментов. Ошибки продвижения

ОРГАНИЗАЦИЯ ПЛОЩАДКИ ДЛЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

- Организация поддержки клиентов, приходящих на сайт. Влияние содержания и организации страницы на покупку. Правильный контент страницы. Что и как нужно писать на странице? Как на нас работают продающие и не продающие страницы. Что убеждает клиента покупать?
- Как увеличить эффективность обработки клиента через сайт. «Воронка продаж» сайта, методы ее построения. Стратегии увеличения конверсии
- Как отследить - почему клиент уходит с сайта. Отслеживание «черных дыр» сайта. Практикум: «Экспресс-анализ поведения клиента на сайте»
- Различные каналы привлечения пользователей. Практикум: «Создание интернет-кампаний»
- Организация приема заказов сделанных через интернет. Как отследить и учесть ваших интернет покупателей в общем потоке заказов. Как оценить эффективность рекламных интернет-кампаний

ЭЛЕКТРОННЫЕ ДЕНЬГИ

Модератор: Русская школа управления

Международный Московский Фитнес Фестиваль

- Круглый стол с привлечением экспертов индустрии фитнеса и спорта, государственных структур, СМИ. «Государственно-частное партнерство».
- Открытые выступления в течение 2 дней на главной сцене выставки под общей идеей «Приходи и выбери свой фитнес-клуб».
- Презентации ведущих специалистов Фитнес-индустрии. Ведущие презентеры России с новейшими направлениями фитнес-программ.
- Шоу-программа от ведущих фитнес-тренеров Москвы.

Модераторы: Fitness Expert, Fitness College