

«Мы два раза пережили кризис, но кошке покупаем премиум». Парадоксы и тренды в маркетинге продуктов питания

13–14 февраля в Москве состоялся 8-й форум маркетологов и рекламистов продовольственного рынка «Продфорум: маркетинг и реклама» (Организатор – КВК «Империя», генеральный партнер – ЗАО «Экспоцентр»).

Что заставило собраться вместе 200 директоров по маркетингу продовольственных компаний, начиная от мясокомбинатов и заканчивая поставщиками алкоголя?

Как отметили сами делегаты – они приехали не только ради встречи с авторитетными экспертами, но и для того, чтобы в рамках единственной в отрасли встречи маркетологов и рекламистов продовольственного рынка обсудить насущные проблемы, найти эффективные решения и получить работающие инструменты продвижения продуктов питания.

Именно поэтому организаторы создали площадку для открытого диалога между производителями и лучшими российскими рекламными агентствами и консультантами, в рамках которого обсуждались реальные кейсы 2013 года и проекты на 2014 год.

За два дня перед участниками прошел своеобразный парад звезд и экспертов – программа включала 26 выступлений, мастер-классов и даже... guru-battle. Спикеры – **Николас Коро** (RBC&B), **Александр Левитас** (Эксперт N1 по партизанскому маркетингу), **Борис Еремин** (РО IAA), **Григорий Трусов** («Контакт-Эксперт»), **Андрей Милехин** («РОМИР»), **Андрей Губайдуллин** («Восход» – обладатель 8 «Каннских львов»!), **Александр Круглов** («ВКонтакте»), **Вадим Ширяев** и **Максим Гирин** («СОМАР») и др.

Чтобы передать атмосферу «ПРОДФОРУМА» – мы собрали для Вас несколько ключевых высказываний Спикеров о рынке, рекламе и продвижении в России:

О рекламе

Борис Еремин (РО IAA): «Реклама – не двигатель торговли, скорее смазка для этого двигателя. Сейчас на ней экономят в первую очередь, правда двигатель потом обычно ломается».

Андрей Губайдуллин («Восход»): «Главная проблема российской рекламы в том, что бренды считают своих потребителей идиотами... Относиться к клиенту надо так, как ты хочешь чтобы относились к тебе».

Арсен Даниэль (Daniel Communication Design): «Люди не ищут новые продукты в трех категориях: кетчуп, вода и кошачий корм. Все остальное для поддержания продаж требует сильного бренда».

Организатор:

Генеральный партнер:

Николас Коро (RCB&B): «Бренд всегда опирается на 3 черты человеческой природы: лень, жадность, себялюбие! Любой бренд, каким бы уникальным товарным предложением он ни был, всегда опирается на эти три черты человеческой природы».

О маркетинге

Полина Киселева («Пятерочка»): «Работая с сетевой розницей, Вы всегда должны иметь маркетинговый план. Нужно считать деньги. Маркетинг в ретейле – это бизнес, а не просто краски и цвета».

Вадим Ширяев («СОМАР»): «Зарабатывать нужно на растущих рынках... И на падающем продовольственном рынке уже давно пора задуматься о расширении бизнеса – продавайте услугу категорийного менеджмента, продолжая поставлять продукты».

Алексей Фадеев (Depot WPF): «Репутация страны-производителя должна работать на бренд. Учитывайте это при формировании легенды бренда».

Александр Левитас: «Можно скептически относиться к работе в социальных сетях, но надо помнить, что аудитория Facebook – это третья страна в мире по численности после Китая и Индии».

О рынке

Алексей Демин (The Nielsen Company): «Рынок приблизился к точке насыщения, потребитель приходит к рациональному выбору продуктов питания. В 2013 году уже 9% покупателей готовы переключиться на другой магазин под действием промо. В 2012 году этот показатель составлял всего 6%».

Иван Федяков (INFOline): «Роста выручки на уровне 20–30%, как раньше, не будет! Прогноз – в районе 3–5%. Чтобы не закрыться, нужно вкладываться в эффективность».

Рубен и Кира Канаян (Kanayan Retail & Development Consulting): «При открытии собственного розничного направления, как нового канала продаж и укрепления бренда, производитель, скорее всего, столкнется с одной или несколькими проблемами:

- ошибка в выборе целевого формата;
- снижение уровня продаж в других каналах сбыта;
- отсутствие розничного мышления;
- трудности при поиске помещений».

Более подробная информация и фото на сайте: <http://prodforum.ru/marketing/>