****

**Секреты детского маркетинга-2017: больше аналитики в разных форматах!**

**26 мая 2017 года**

Организаторы VII специализированного форума «Секреты детского маркетинга» подготовили много инсайтов для прокачки мозгов профессионалов - маркетологов и руководителей детских компаний. Для этого они, в том числе увеличили объем и предложили несколько форматов знакомства с аналитической информацией.

Ведущие исследовательские компании – Nielsen, GfK, NPD, Ipsos Comcon и другие – с разных ракурсов изучали изменения, предпочтения и новые тенденции среди детей и родителей, о которых готовятся сообщить участникам конференции. О трендах и новых возможностях на рынке детских игрушек, в частности, расскажет генеральный директор The NPD Group Russia **Мария Ванифатова:**

-*Рынок игрушек является один из самых динамичных: вчерашние хиты уходят с рынка, а новые возникают за считанные недели. Можно ли предугадать моду? Какие игрушки были наиболее востребованы на рынке? Увеличилась ли доля лицензий и каких? Что происходит с российскими производителями?*  – на все эти вопросы ответит Мария Михаловна, которая выступит в первый день форума.

4 июля на аналитической сессии «Индустрия в цифрах и фактах. Вызовы «детского рынка» вместе с Марией Ванифатовой выступят руководитель сектора GfK **Екатерина Миголь** и руководитель группы по работе с ритейлерами компании Nielsen **Наталия Барышникова,** которые расскажут, что происходит с детским рынком в период стагнации, представят восходящие тренды и нисходящие ниши по прибыльности.

Второй день форума – 5 июля – также начнется с аналитики. Модератором панельной дискуссии «Клиенты!? О, это же тоже наши потенциальные клиенты!» выступит декан Высшей школы маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ **Татьяна Комиссарова.** Участники дискуссии – представители компаний Ipsos Comcon, GfK, Яндекс и других – дадут ответы на вопросы: Что меняется в трендах потребления и почему многие зарекомендовавшие себя программы маркетинга перестают работать?

*- Участники VII форума «Секреты детского маркетинга» получат гораздо больше аналитических материалов, чем это было в предыдущие годы,* - отметила президент Ассоциации индустрии детских товаров (АИДТ) **Антонина Цицулина**. – У*верена, что новые знания, приобретенные на форуме, позволят руководителям и маркетологам компаний, сделать их бизнес более успешным.*

Узнайте больше на сайте VII специализированного форума «Секреты детского маркетинга: <http://www.kids-marketing.ru>

Следите за новостями на странице в [FB](https://www.facebook.com/acgi.ru/?fref=ts): <https://www.facebook.com/groups/kidsmarketing/>

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**The NPD Group** – исследовательская компания, предоставляющая информационные и консалтинговые услуги, необходимые для принятия эффективных бизнес-решений в более чем 30 странах мира – в США, Европе, Азии и Австралии. The NPD Group является мировым лидером исследований рынка игрушек и предлагает своим клиентам как трекинговые исследования (розничные и потребительские панели), так аналитические и консалтинговые продукты. В России исследование рынка игрушек проводится с 2015 года.

**GfK** — это надёжный источник актуальной информации о рынках и потребителях в 100 странах мира. В России GfK исследует потребительское поведение и продажи в крупнейших секторах потребительского рынка: рынок детских товаров, рынок товаров повседневного спроса (FMCG), интернет и медиа, автобизнес, розничная торговля, рынок бытовой техники и электроники, фармацевтический рынок, телекоммуникации, банки и финансы, рынок страхования, модный бизнес, и другие.

**Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN**) – это глобальная компания, которая предоставляет услуги по измерению и улучшению бизнес-результатов и является ключевым источником информации о том, что потребители смотрят и покупают.

**Ipsos Comcon** является частью международной исследовательской сети Ipsos, входящей в тройку лидеров лидеров на мировом рынке маркетинговых исследований. Глобально Ipsos представлена в 80 странах мира. Ipsos Comcon – исследовательская компания с многолетним опытом проведения маркетинговых исследований.

**Форум «Секреты детского маркетинга» -** единственный специализированный форум, посвященный маркетингу в индустрии детских товаров. Проводится ежегодно с 2011 года. За шесть лет спикерами форума стали 195 самых авторитетных и успешных руководителей детских и исследовательских компаний, ведущих маркетологов России и мира; участниками форума за это время стали – 1180 маркетологов, собственников и руководителей детских компаний из 46 регионов России. Форум «Секреты детского маркетинга» сочетают в себе клубный-формат с edutainment для топ-менеджеров и профессионалов детского маркетинга, гарантирует много полезных инсайтов и хорошую прокачку мозгов профессионалов.

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

|  |  |
| --- | --- |
| **Контакты****Для участников и партнёров форума:**[+79629073747](https://e.mail.ru/%2B79629073747)forum@acgi.ru**Для СМИ и информационных партнёров** **форума:** [pr@acgi.ru](https://e.mail.ru/compose/?mailto=mailto%3apr@acgi.ru) **Адрес для документов и материалов форума**:121165, Москва, ул. Студенческая, дом 33, стр.14тел./факс: +7 (499) 519 0281 (83)info@аcgi.ru  | **Организаторы** [Национальная ассоциация игрушечников России](http://www.rnta.ru/) [Ассоциация предприятий индустрии детских товаров](http://acgi.ru/)[Высшая школа маркетинга и развития бизнеса ВШЭ](https://marketing.hse.ru/)  |