

**25 сентября, 12.00–12.40. Центральный выставочный комплекс «Экспоцентр»,
Москва, Краснопресненская наб., 14, павильон №8, конференц-зал**

Семинар «Поведение потребителей: как покупают молодые родители до 30 лет»



СПИКЕР: Комиссарова Татьяна Алексеевна

МВА, Ph(D), эксперт по управлению рынками компании (market development strategy), декан Высшей школы маркетинга и развития бизнеса НИУ «Высшей школы экономики» (www.marketing.hse.ru), сегодня Школа – лидер популярности, как Школа современного маркетинга, насчитывает более 1 000 выпускников, 670 из них сертифицированы Европейской конфедерацией маркетинга (ЕМС). С 1989 г. работает в бизнесе, с 1996 г. специализируется на потребительском маркетинге, руководила более 70 проектами.

Победитель Всероссийского конкурса «Человек года-97» в номинации «Карьера – Успех» (ТПП РФ). В 2009 г. названа в числе 300 лучших маркетологов РФ (по версии Российской ассоциации маркетинга), в октябре 2010 избрана вице-президентом РАМ.

Компетенции:

- создание и вывод на рынок новых продуктов,
- поиск и оценка потенциала новых потребительских ниш,
- выделение новой потребительской ценности на отраслевом рынке (как потенциальной ниши для новых проектов),
- моделирование поведения потребителей (оффлайн и онлайн рынки),
- маркетинг инноваций,
- разработка маркетинг-планов и программ вывода start-up-проектов, оценка перспектив коммерциализации продукта (товара/услуги).

Целевая аудитория:

Предприниматели, владельцы малого и среднего бизнеса

Ключевые моменты выступления:

- Молодые родители до 30 лет относятся к поколению Y, свободолюбивые, завязанные на собственный интерес, с легкостью меняющие профессию и предпочтения.
- Многие из них имеют не одного ребенка, которых воспитывают на основании своего видения.
- К опыту своих родителей они готовы обращаться в случае, когда их опыт не «работает».
- Каково их поведение, как покупателей? Склонны ли они к лояльности брендам, реагируют ли они на стимулирование в торговом зале или предпочитают покупать в интернет-магазине.