

CONGRÈS DU CROSS-CANAL

Les stratégies du Retail de demain

- Parcours client, supply chain, offre et organisation : les dernières avancées des pratiques omni-canal
- Pourquoi mettre la data au cœur de votre démarche cross-canal
- Comment intégrer efficacement le mobile à votre stratégie de relation client cross-canal
- Concevoir un magasin connecté utile pour une shopping expérience enrichie

■ ■ ■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■ ■ ■



Arnaud DESCHAMPS
Directeur général
NESPRESSO FRANCE



Katia HERSARD
Directrice E-commerce & Marketing
FNAC



Daniel MALOUF
Directeur général E-commerce
GROUPE AUCHAN



Thierry PETIT
Co-fondateur et CEO
SHOWROOMPRIVE.COM

■ ■ ■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■ ■ ■

- François BOURGOIN, *Directeur Vendeurs professionnels et Partenariats*, EBAY FRANCE
- Isabelle BUISINE, *Directrice de la Relation Clients*, KIABI
- Georges DUARTE, *Directeur associé*, UX IN SITU
- Olivier GODART, *Directeur E-commerce*, DARTY

PARTENAIRES PREMIUM



PARTENAIRES SILVER



Avec le soutien de



Formation préalable

19 et 20 MAI 2015

SOCIAL MEDIA
Comment développer votre ROI
et rentabiliser votre présence
sur les réseaux sociaux

Les usages des mobiles et tablettes poursuivent leur croissance, les services de « click & collect » ou « pick up in store » se généralisent, les innovations technologiques se déploient en magasins... Pourtant, sur le chemin de la transformation omni-canal, les enseignes gagnantes sont avant tout celles qui réussissent l'uniformisation totale de l'expérience d'achat, le graal d'un parcours client véritablement « sans couture ».

Le cross-canal s'avère être une vraie opportunité pour réaliser des ventes additionnelles et fidéliser l'utilisateur. Néanmoins, bâtir une telle stratégie et trouver la bonne approche permettant de développer à la fois chiffre d'affaires et rentabilité restent complexes.

Dans ce contexte, LSA organise le 21 mai prochain son grand rendez-vous annuel du cross-canal. Nous aurons le plaisir d'accueillir des retailers et experts de haut niveau pour répondre aux questions suivantes :

- Parcours client, supply chain, offre et organisation : les dernières avancées des pratiques omni-canal
- Pourquoi mettre la data au cœur de votre démarche cross-canal
- Comment intégrer efficacement le mobile à votre stratégie de relation client cross-canal
- Concevoir un magasin connecté utile pour une shopping expérience enrichie

En complément, nous vous invitons à deux journées de formation, les 19 et 20 mai, animées par Jean-François Ruiz de l'agence POWERON pour vous permettre de comprendre comment développer votre ROI et rentabiliser votre présence sur les réseaux sociaux.

En me réjouissant de vous accueillir,

Sylvia BRIGAUD - NÉE
Chargée de Conférences LSA



Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE

INFOPRO
digital

CONGRÈS DU CROSS-CANAL

Les stratégies du Retail de demain

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Marc BENHAÏM	Omni-Channel Category Manager GS1 FRANCE
François BOURGOIN	Directeur Vendeurs professionnels et Partenariats EBAY FRANCE
Isabelle BUISINE	Directrice de la Relation Clients KIABI
Géraud de CHANTÉRAC	Vice-président Large Account Distribution Services Transport Medias ORANGE BUSINESS SERVICES
Arnaud DESCHAMPS	Directeur général NESPRESSO FRANCE
Georges DUARTE	Directeur associé UX IN SITU
Philippe GHERARDI	Directeur Offre et Stratégie LASER SYMAG
Olivier GODART	Directeur E-commerce DARTY
Katia HERSARD	Directrice E-commerce & Marketing FNAC
Thierry LEMBERT	Directeur associé ALIZNET GROUP
Daniel MALOUF	Directeur général E-commerce GROUPE AUCHAN
Thierry PETIT	Co-fondateur et CEO SHOWROOMPRIVE.COM
Jean-Marc SOULIER	Président METIS CONSULTING
Olivier TROUVÉ	Vice-président en charge du secteur Retail CAPGEMINI CONSULTING

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

• **Distributeurs, industriels et pure players de grands groupes et PME** •

- Directeurs généraux et directeurs adjoints • Directeurs et responsables Internet et e-business • Directeurs et responsables cross-canal/omni-canal • Directeurs et responsables web marketing
- Directeurs et responsables retail • Social media managers • Directeurs et responsables CRM • Directeurs et responsables de la communication • Directeurs et responsables commerciaux • Directeurs de la distribution • Chefs de groupe • Chefs de produit •...

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOUCTION D'OUVERTURE - Le parcours de retrait trois en un d'Auchan : retour d'expérience sur le triple défi cross-canal pour l'enseigne**
Daniel MALOUF | Directeur général E-commerce | **GROUPE AUCHAN**

9h35 **ATELIER - La supply chain omni-canal : au cœur de la compétitivité des enseignes, de la conquête et de la fidélisation des clients**

- Panorama et évolution des offres de service de livraison omni-canal en France, UK et Etats-Unis dans le secteur du retail et au sein des pure players non alimentaires
- Quelle promesse client (attractivité vs rentabilité) : les clés pour combiner offres, délais et lieux de mise à disposition
- Quels impacts en termes de réseau de distribution, de processus et délai « commande à livraison », de systèmes d'information et d'outils logistiques de fulfillment
- Présentation de retours d'expériences

Jean-Marc SOULIER | Président | **METIS CONSULTING**

10h10 **Présentation exclusive du premier baromètre omni-canal LSA - Capgemini Consulting sur le secteur de la distribution :**

- Les dernières avancées des pratiques omni-canal sur les parcours client, la supply chain, l'offre et l'organisation
- Les tendances et principaux axes de développement
- Une illustration à travers des exemples concrets

Olivier TROUVÉ | Vice-président en charge du secteur Retail | **CAPGEMINI CONSULTING**

10h40 Pause et networking dans l'espace partenaires

11h10 **Pourquoi mettre la data au cœur de votre démarche cross-canal**

- Retrait en magasin en une heure, application mobile avec pushes personnalisés... : devenir user centric pour proposer une expérience sans frontière ni couture
- S'appuyer sur « l'effective data », une nécessité pour adresser des offres et services personnalisés sur chaque point de contact et nouer des relations privilégiées avec les consommateurs engagés
- Qu'est-ce que le « lab clients » de la FNAC

Katia HERSARD | Directrice E-commerce & Marketing | **FNAC**

11h40 **MINUTES EXPERT - Benchmark international sur les pratiques omni-canal des enseignes les plus innovantes**

- Tout le monde dit « I LOVE YOU »

Retail design, digital in store, expérience client : comment faire du magasin une preuve d'amour face à l'efficacité du web et des pure players

- Illustrations à travers l'émergence de concepts novateurs : Lululemon, Fresh Beauty, Wolefoods, Bilder & De Clercq, dernière génération d'Apple Store, Lowe's...

Georges DUARTE | Directeur associé | **UX IN SITU**

11h55 **ATELIER 1 - Améliorez et pilotez l'e-réputation de vos produits grâce aux standards GS1**

- La donnée produit : pilier de la confiance du consommateur omni-canal
- Comment maîtriser votre image digitale sur tous les nouveaux centres de contacts multimédias : la nouvelle vitrine de vos produits
- Comment utiliser les standards GS1 pour augmenter votre visibilité dans les moteurs de recherche : présentation d'exemples de référencement réussis chez les retailers
- Découvrez le témoignage inédit d'un moteur de recherche

Marc BENHAÏM | Omni-Channel Category Manager | **GS1 FRANCE**

OU

ATELIER 2 - [Big Data] De la prospective à l'usage

- La connaissance client : vecteur de croissance
- Quelques exemples d'applications

Thierry LEMBERT | Directeur associé | **ALIZNET GROUP**

12h25 Déjeuner et networking dans l'espace partenaires

13h50 **ATELIER - Quels sont les enjeux et impacts de la transformation digitale dans le commerce**

- Présentation des évolutions et perspectives pour le mobile, désormais au cœur de la relation client
- Retours d'expériences sur le magasin connecté
- Comment améliorer la satisfaction shopper par l'écoute client digitale et les solutions de call center en mode cloud : propos illustrés par des cas clients concrets
- Quelles solutions big data « Flux vision » pour optimiser ses surfaces de vente et mieux comprendre le parcours client

Géraud de CHANTÉRAC | Vice-président Large Account Distribution Services Transport Medias | **ORANGE BUSINESS SERVICES**

14h25 **TABLE RONDE - Comment intégrer efficacement le mobile à votre stratégie de relation client cross-canal**

- L'application mobile, véritable passerelle entre le web et le réseau de magasins dans le parcours client
- Enjeux de mobilité des consommateurs : comment améliorer l'expérience et la satisfaction client et générer du business complémentaire
- Anticipation des attentes shoppers, gestion de l'e-réputation, offres de services adaptés... : quelles difficultés rencontrées dans la mise en place d'une stratégie mobile pour les marques et enseignes

François BOURGOIN | Directeur Vendeurs professionnels et Partenariats | **EBAY FRANCE**
Olivier GODART | Directeur E-commerce | **DARTY**
Thierry PETIT | Co-fondateur et CEO | **SHOWROOMPRIVE.COM**

15h05 **MINUTES EXPERT - Benchmark international sur les pratiques omni-canal des enseignes les plus innovantes**
Georges DUARTE | Directeur associé | **UX IN SITU**

15h20 **ATELIER - Comment lier efficacement la stratégie cross-canal avec les outils d'animation commerciale et de fidélisation**

- Anticiper les attentes clients (personnalisation, time to market...) grâce à l'animation commerciale et la fidélisation
- Magasins, mobiles, sites marchands, réseaux sociaux, bornes magasin : répondre à la multiplication des points de contacts grâce à un pilotage global et partagé
- Témoignage exclusif d'un client sur l'exploitation d'une solution cross-canal multi-enseignes et multi-pays

Philippe GHERARDI | Directeur Offre et Stratégie | **LASER SYMAG**

15h50 Pause et networking dans l'espace partenaires

16h20 **Concevoir un magasin connecté utile pour une shopping expérience enrichie**

- Commande d'un article non présent en magasin, choix du canal de livraison, pré-réservation d'un produit, recherche de taille, de couleur ou tout simplement d'idée mode... : concentrer tous les services autour d'une borne tactile multifonctions
- Travailler la signalisation via un « digital signage » bien visible
- Réussir à combiner digital et relation client via des conseillères de vente disponibles
- Retour d'expérience de l'enseigne KIABI sur son concept unique de cross-canal et de magasin connecté

Isabelle BUISINE | Directrice de la Relation Clients | **KIABI**

16h50 **MINUTES EXPERT - Benchmark international sur les pratiques omni-canal des enseignes les plus innovantes**
Georges DUARTE | Directeur associé | **UX IN SITU**

17h00 **ALLOUCTION DE CLÔTURE - Comment répondre à la demande croissante des consommateurs Anywhere, Anytime, Any Device : témoignage inédit de Nespresso sur son modèle innovant d'omni-canalité**
Arnaud DESCHAMPS | Directeur général | **NESPRESSO FRANCE**

17h30 Fin de la journée

Retrouvez le programme détaillé de cet évènement et inscrivez-vous sur :

<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

Mardi 19 et Mercredi 20 mai 2015

SOCIAL MEDIA

Comment développer votre ROI et rentabiliser votre présence sur les réseaux sociaux

Objectifs de la formation :

- ✓ Bâtir une stratégie sur les réseaux sociaux adaptée à votre entreprise/marque et en cohérence avec les objectifs visés
- ✓ Exploiter le potentiel actuel des médias sociaux pour optimiser vos campagnes de communication online, créer et fidéliser vos communautés d'internautes
- ✓ Améliorer votre ROI et mesurer l'impact de vos actions

Formation animée par :



Jean-François RUIZ
Co-fondateur
POWERON

JOUR 1

Intégrer les médias sociaux dans les stratégies marketing et communication de votre entreprise

- Les fonctionnalités et usages des réseaux sociaux
- Facebook, Twitter, Google+... : définir la stratégie « social média » de votre entreprise ou marque
- Cas pratiques/ateliers
- Tenir compte des difficultés dans le calcul du ROI direct des réseaux sociaux

Optimiser votre présence sur les réseaux sociaux

- Créer et impliquer une communauté active et prescriptrice autour de votre marque : générer de l'attachement
- Etudes de cas dans l'univers de la grande consommation

JOUR 2

Mesurer les résultats de vos actions de manière pertinente

- Analyser le taux de conversion de votre campagne médias sociaux
- Maîtriser votre e-réputation pour asseoir votre crédibilité
- Etudes de cas/ateliers dans l'univers de la grande consommation

Mener les actions correctives et optimiser vos campagnes

- Assurer une meilleure visibilité pour augmenter votre notoriété et renforcer l'image de votre entreprise
- Analyser les conversations et retours qualitatifs des clients ou prospects
- Communiquer et interagir en continu avec vos consommateurs : les leviers pour améliorer le trafic sur vos pages
- Mesurer le risque de perte de contact avec l'internaute



L'ouvrage de Jean-François RUIZ
« Réussir avec les Réseaux Sociaux »
vous sera offert pour toute inscription !

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée
12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants
17h30 : fin de la journée

LES RENCONTRES

LSA



Nos prochaines conférences

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conferences/>

URBANISME COMMERCIAL

3 juin 2015 à Paris

FORCES DE VENTE

Visez l'exécution parfaite en surface de vente

17 juin 2015 à Paris

SUPPLY CHAIN

24 juin 2015 à Paris



Nos prochaines formations

<http://evenements.infopro.fr/lisa/formations/>

MARKETING CROSS-CANAL

Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper

19 et 20 mai 2015 à Paris

GÉNÉREZ DU TRAFIC QUALIFIÉ SUR VOTRE SITE

Comment activer les bons leviers en fonction de votre univers de marque

2 et 3 juin 2015 à Paris

E-REPUTATION

Maîtriser et valoriser votre image de marque sur le web

4 juin 2015 à Paris

Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos événements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

Amélie TAUGOURDEAU

ataugourdeau@infopro-digital.com

Tél. : (+ 33) 01 77 92 94 76

■ Conférence

Jeudi 21 mai 2015

CENTRE ÉTOILE SAINT-HONORÉ

21-25 rue Balzac

75008 PARIS

**Métro : Charles-de-Gaulle-Étoile, George V, Ternes
(Lignes n°1 ou n°2)**

RER A : station Charles-de-Gaulle-Étoile

**Parking payant avec accès direct dans la « Rotonde »
(entrée 6 bis, avenue Bertie-Albrecht)**

Parking public : Avenue Hoche

■ Formation

Mardi 19 et Mercredi 20 mai 2015

La formation se tiendra à Paris.

**Le lieu exact de la formation vous sera précisé
sur votre convocation envoyée avant le stage**

**Consultez les informations relatives à l'hébergement
et à l'accès sur notre site internet :**

<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference->

[congres-du-cross-canal-2015-1103, tarifs](http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-)

Onglet informations et tarifs

PARTENAIRES PREMIUM



GSI, la puissance des standards pour améliorer la façon dont nous travaillons et vivons.

Créée en 1972, l'organisation GSI s'est attachée, dès l'origine et partout dans le monde, à la mise au point, à la diffusion et à la promotion d'un langage commun fondé sur des standards d'échange d'information. Eprouvés, reconnus et adaptés aux besoins de chacun des intervenants de la chaîne d'approvisionnement. Aujourd'hui, ce sont plus de 36 000 entreprises adhérentes en France, dont 90 % de PME, qui grâce aux standards GSI peuvent dialoguer et commercer avec 1 million de partenaires dans le monde. Deux raisons majeures au succès de l'organisation : l'ambition de promouvoir l'innovation et les nouvelles technologies et la volonté de définir des standards pour un marché ouvert.

www.gsi.fr



Metis Consulting est un cabinet de conseil spécialisé en supply chain management et business transformation, basé à Paris et qui regroupe 25 consultants.

Présent essentiellement dans les secteurs du Retail, eCommerce, du Luxe et des produits de grande consommation (FMCG), le cabinet intervient en France et à l'international (50% des projets), aussi bien sur des problématiques de prévisions, planification et approvisionnements que sur des sujets de Logistique d'exécution (entrepôts, transport, SI). Metis Consulting développe une approche stratégique et opérationnelle de la supply chain Omnicanal, centrée à la fois sur la conquête et la fidélisation des clients, grâce à la fixation d'une promesse attractive et rentable (Offre / Vitesse / Lieu) et à la qualité de l'exécution logistique end-to-end.

www.metis-consulting.com/

PARTENAIRES SILVER



AlizNet Group est un acteur majeur du conseil et des services, spécialisé dans le Retail et le Luxe. Le groupe propose à ses clients un accompagnement à 360° et les aide dans la définition et la mise en œuvre de leur stratégie métier et SI : digitalisation des processus, construction de l'offre, politique commerciale, politique marketing, optimisation de la supply chain...

AlizNet Group emploie plus de 80 collaborateurs (Paris, Laval et Rabat) et a réalisé un CA de 8,3 millions d'euros en 2014. Parmi ses clients figurent Auchan, Conforama, Groupe Beaumanoir, Célio, Groupe Up (ex-Groupe Chèque Déjeuner), Groupe Eram, Fnac, Darty, JM Bruneau, Picard, Printemps, Vivarte, Groupe Zannier, etc.

www.aliznet.fr



Capgemini Consulting est la marque de conseil en stratégie et transformation du groupe Capgemini. Leader dans la transformation des entreprises et des organisations, Capgemini Consulting aide ses clients à concevoir et mettre en œuvre des stratégies innovantes au service de leur croissance et de leur compétitivité. La nouvelle économie numérique est synonyme de ruptures mais aussi d'opportunités. Les 3600 consultants de Capgemini Consulting travaillent avec des entreprises et des organisations de premier plan pour les aider à relever ces défis en menant à bien leur transformation numérique.

www.fr.capgemini-consulting.com



Filiale du groupe LaSer, LaSer Symag apporte aux enseignes des solutions innovantes, performantes et évolutives dans les domaines de l'animation commerciale et fidélisation, de l'encaissement et des services magasins et de l'équipement du point de vente. LaSer Symag s'appuie sur l'expertise et les compétences de son pôle Conseil & Projet mais aussi sur une connaissance historique des enjeux de la distribution.

www.lasersymag.com



Entité d'Orange dédiée aux entreprises, Orange Business Services est à la fois opérateur télécom et Entreprise de Services du Numérique (ESN) en France et à l'international. Ses 20 000 collaborateurs accompagnent les entreprises dans toutes les dimensions de leur transformation digitale : espaces de travail mobiles et collaboratifs ; infrastructures IT/cloud ; connectivité fixe et mobile, réseaux privés et hybrides ; applications dans les domaines de l'Internet des Objets, de l'expérience client 360°, et du Big Data Analytics ; cyber-sécurité grâce à ses experts et infrastructures dédiés à la protection des systèmes d'information. Plus de 2 millions de professionnels, entreprises et collectivités en France et plus de 3 000 multinationales font confiance à Orange Business Services.

www.orange-business.com

VOUS FORMER avec LSA ?

Toutes les formations sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/formations/>

Conditions générales de vente

Les conférences et formations des Rencontres de LSA sont organisées par la société GISI.

GISI est un organisme de formation déclaré sous le numéro d'activité 11 92 17343 92 auprès du préfet de région d'Ile de France. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail.

Tarifs valables jusqu'à la date des événements. TVA : 20 %. Les informations à caractère personnel recueillies ci-dessus par la société Groupe Industrie Services Info (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de Gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n°442 233 417 font l'objet d'un traitement informatique.

Elles sont nécessaires à notre société pour traiter votre commande, et sont enregistrées dans notre fichier de clients. GISI pourra vous envoyer des communications relatives à nos activités. Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004 (art. 34 et s.) vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de modification et de suppression sur l'ensemble des données qui vous concernent.

Pour exercer ces droits, vous pouvez écrire à : cnil@gisi.fr

Retrouvez l'intégralité des modalités d'inscription et conditions générales de vente sur <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv>

Bulletin d'Inscription

À retourner à Pénélope Vincent / LSA - Fax : +33 (0)1 77 92 98 17
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 Antony Cedex

Mme M.

Nom :

Prénom :

Fonction :

Tél. : Port. :

E-mail :@

Société :

Adresse :

Code postal : Ville :

Cedex : Pays :

N° TVA intracommunautaire :

N° Commande interne :

N° de Siren :

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) :

Je m'inscris et je choisis :

- Le Congrès du Cross-Canal du 21 mai 2015
 La formation Social Media des 19 et 20 mai 2015



Tarif Normal		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 1 095 € HT / 1 314 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 790 € HT / 2 148 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 2 295 € HT / 2 754 € TTC

TARIF PME (moins de 250 salariés)		
<input type="checkbox"/> 1 Jour 845 € HT / 1 014 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1 445 € HT / 1 734 € TTC	<input type="checkbox"/> 3 Jours 2 150 € HT / 2 580 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :
<http://evenements.infopro-digital.com/lisa/>

- Je joins un chèque de € TTC à l'ordre de GISI
 J'enverrai mon paiement à réception de la facture
 J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires
 Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro-digital.com/lisa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à :

Le. :

Signature

Cachet de l'entreprise
