

CONGRÈS OMNISCANAL

Réussir votre mutation digitale pour unifier le parcours client

- Comment réagir face à la redistribution des cartes en e-commerce alimentaire
- Livraison express, rupture de stock, individualisation des contacts et des achats... : quels sont les nouveaux chantiers de l'omniscanal
- Click to action, eBeacons... : analyse des résultats des premières mises en place

■■■ AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE ■■■



Stéphanie JALLET
Responsable Marketing Digital,
social et mobile
MONOPRIX



Daniel MALOUF
Directeur général e-commerce
GROUPE AUCHAN



Stéphane MAUROY
Directeur informatique et digital
SEPHORA



Delphine MOUSSEAU
VP Markets
ZALANDO SE

■■■ ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE ■■■

- CAPGEMINI CONSULTING • EMNOS EUROPE DU SUD • LASER SYMAG •
- NATURE & DÉCOUVERTES • NESCAFÉ • PLEBICOM •

PARTENAIRE PREMIUM



Avec le soutien de



PARTENAIRES SILVER



Formation complémentaire

1^{er} et 2 JUIN 2016

MARKETING CROSS-CANAL
Mettre en place une stratégie
différenciante centrée sur le shopper

En 2015, 91%* des distributeurs ont engagé leur transformation organisationnelle afin de répondre aux nouvelles attentes liées au succès du commerce omnicanal.

Qu'ils soient technologiques, organisationnels, marketing ou managériaux, les leviers d'optimisation et de croissance sont multiples. En effet, l'enjeu est désormais d'être présent à chaque besoin de consommation, de façon cohérente et optimisée quel que soit le canal. Magasins physiques, commerce électronique, application mobile... la conduite du changement est primordiale pour faire circuler l'information entre formats de vente afin d'être performant demain.

Dans ce contexte, LSA organise le 31 mai prochain à Paris, la 4^e édition du Congrès Omnicanal. Les acteurs incontournables de la grande consommation, distributeurs, industriels, pure players et experts viendront débattre, partager leurs retours d'expériences et vous apporter un éclairage complet sur les problématiques d'actualité :

- **Comment réagir face à la redistribution des cartes en e-commerce alimentaire**
- **Livraison express, rupture de stock, individualisation des contacts et des achats...** : quels sont les nouveaux chantiers de l'omnicanal
- **Click to action, eBeacons...** : analyse des résultats des premières mises en place

Je vous donne rendez-vous le 31 mai prochain,

Les places sont limitées. Inscrivez-vous sans plus tarder,

Au plaisir de vous y accueillir,

Margot GASSOT
Chargée de Conférences LSA

* Source : LSA/Copgemini Consulting



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 OMNICANAL

Réussir votre mutation digitale pour unifier le parcours client

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Paul CORDINA	Responsable Digital NESCAFÉ
Philippe GHERARDI	Directeur Offre et Stratégie LASER SYMAG
Stéphanie JALLET	Responsable Marketing Digital, social et mobile MONOPRIX
Daniel MALOUF	Directeur général e-commerce GROUPE AUCHAN
Stéphane MAUROY	Directeur informatique et digital SEPHORA
Atessa MOHSENI-LEROY	Directrice générale EMNOS EUROPE DU SUD
Delphine MOUSSEAU	VP Markets ZALANDO SE
Gilles NECTOUX	Président-Directeur général et fondateur PLEBICOM
Hugo PERPERE	Directeur du développement NATURE & DÉCOUVERTES
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 •...

Journée animée par la Rédaction de LSA

8h30 Accueil des participants

9h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE – Comment mener avec succès votre stratégie m-commerce**



Delphine MOUSSEAU
VP Markets
ZALANDO SE

9h30 **ATELIER – Miser sur la personnalisation de l'offre à l'ère de l'omnicanal**

- Profil des consommateurs et comportements d'achat selon les canaux : état des lieux 2016
- Comment adapter votre offre aux nouveaux modes de consommation
- Quel impact de la personnalisation sur vos modèles de promotion de vente

Atessa MOHSENI-LEROY | Directrice générale | **EMNOS EUROPE DU SUD**

10h00 **Magasin 3.0 ultraconnecté : réinventer le point de vente et l'expérience client pour densifier la présence géographique de votre enseigne**

- Bornes digitales, tablettes, étiquettes NFC, panier virtuel... : comment proposer grâce au digital l'ensemble de votre assortiment

- Encaissement mobile, actions de fidélisation adaptées... : fluidifier le parcours d'achat avec un dispositif digitalisé personnalisé
- Accroître le nombre de vendeurs pour bâtir une relation privilégiée et renforcer le lien client-marque

Stéphane MAUROY | Directeur informatique et digital | **SEPHORA**

10h30 Pause et networking dans l'espace partenaires

11h00 **ATELIER – Marketing à la performance, nouveau relais de croissance pour les magasins physiques**

- Proposer des avantages pertinents associés à la carte bancaire pour fidéliser et générer des ventes en magasin
- Analyser les comportements d'achats web et retail pour mieux cibler et monitorer vos campagnes en temps réel
- Optimiser votre ROI en rémunérant vos campagnes aux ventes effectives en magasin

Gilles NECTOUX | Président-Directeur général et Fondateur | **PLEBICOM**

11h30 **Présentation exclusive du 3^e baromètre omnicanal LSA – Capgemini Consulting sur le secteur de la distribution**

- Les dernières avancées pratiques omnicanal sur les parcours clients, la supply chain, l'organisation et l'offre
- Panorama des tendances et initiatives des distributeurs à l'international
- Une illustration à travers des exemples concrets

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

12h00 Déjeuner



DU CROSS-CANAL

**REMISE DES TROPHÉES LSA
DU CROSS CANAL 2016**

14h00 **DÉBAT – Complémentarité des canaux : quelles nouvelles passerelles entre magasins physiques et pure players pour dynamiser vos ventes et obtenir l'adhésion du shopper**

- Exploitation des données clients : personnaliser les échanges en magasin et sur le web pour satisfaire le client en l'informant mieux et au bon moment
- Générer de l'attachement via les médias sociaux et la création d'univers de marque-enseigne omnicanal engageants
- Beacon, appli mobile... : comment miser sur le mobile pour séduire et convaincre le shopper connecté
- Click to action : favoriser les achats d'impulsion grâce à un dispositif simple et non intrusif

Paul CORDINA | Responsable Digital | **NESCAFÉ**

Stéphanie JALLET | Responsable Marketing Digital, social et mobile | **MONOPRIX**

14h45 **ATELIER – Les clefs pour digitaliser votre point de vente**

- Dynamiser et réinventer votre relation client en adoptant une démarche Open innovation
- Comment fluidifier l'intégration de nouvelles solutions pour augmenter votre réactivité
- Tablettes vendeurs, réseaux sociaux... : miser sur la mobilité et l'expertise digitale pour optimiser l'accompagnement de vos clients

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

15h15 **Store-to-web, click & collect, expédition depuis les magasins... : comment répondre au besoin d'immédiateté tout au long du parcours client**

- Click & Collect compétitif, livraison attractive : quelles conditions associer
- Développer votre marketplace interne pour améliorer la complémentarité entre magasins et e-commerce
- Data mining : obtenir une vision unique de vos clients sur tous les canaux pour améliorer leur satisfaction

Hugo PERPERE | Directeur du développement | **NATURE & DÉCOUVERTES**

15h45 Pause et networking dans l'espace partenaires

16h15 **ATELIER – Innovation Partenaire**
En attente de confirmation

16h45 **ALLOCUTION DE CLÔTURE – L'omnicanal de demain : proposer une nouvelle expérience client**



Daniel MALOUF
Directeur général e-commerce
GROUPE AUCHAN

17h15 Fin de la journée

Nous contacter

**Pour devenir partenaire
du Congrès Omnicanal, contactez**

Fatima DABDOUBI
fdabdoubi@lsa.fr
Tél. : 01 77 92 92 74

Retrouvez le programme détaillé de cet évènement et inscrivez-vous sur : <http://evenements.infopro-digital.com/lsa/>

Mercredi 1^{er} et jeudi 2 juin 2016

MARKETING CROSS-CANAL

Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper

Objectifs de la formation :

- ✓ Acquérir une démarche structurée du marketing multicanal
- ✓ S'approprier les éléments clés pour bâtir des stratégies marketing multicanal
- ✓ Centrer sa stratégie sur les comportements clients

Formation animée par :



Raphaël FÉTIQUE
Directeur associé
CONVERTEO

JOUR 1

LE CROSS-CANAL : L'OBLIGATOIRE TRANSFORMATION INTERNE DICTÉE PAR LE CONSOMMATEUR

- Comprendre la notion de multicanal vs. celle de crosscanal
- Le saviez-vous ? Le consommateur est cross canal
- Focus sur les phénomènes ROPO et Showrooming
- Le cross canal : des enjeux transversaux

QUELS SONT LES SUJETS À APPRÉHENDER POUR TRANSFORMER UN ACTEUR BRICK&MORTAR EN CLICK&MORTAR

- La présence géographique et la nature du réseau de distribution
- Les objectifs sur CA ou le frein au cross canal
- Construire le catalogue produit et la politique de prix
- Repenser l'animation commerciale
- La politique de services (SAV, service client) et la fidélisation
- Identifier les canaux logistiques
- L'organisation et le degré d'intégration du digital au sein de l'entreprise
- L'importance des bases de données
- Call center, chat... Comment tirer parti de ces outils ?
- B2B vs. B2C : quelles différences du point de vue cross-canal ?

JOUR 2

COMMENT DIGITALISER SON POINT DE VENTE

- Comment utiliser la révolution digitale
- Mesurer les impacts de la digitalisation du point de vente
- Les indicateurs de performance à l'heure du point de vente 2.0 : nouveaux outils de mesure, nouveaux KPI...
- Du logiciel de caisse en passant par les bornes ou les terminaux vendeurs, comment gérer les impacts IT au niveau d'un magasin et d'un réseau
- L'avènement des Marketplace
- Les marques et l'e-commerce : que faire du digital quand on ne vend pas directement au consommateur

Horaires :

8h30 : accueil des participants / 9h00 : début de la journée

12h30 : déjeuner avec l'ensemble des participants

17h30 : fin de la journée

LES RENCONTRES



Nos prochaines conférences

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

OBJETS CONNECTÉS

Comment passer du concept au marché de masse

8 juin 2016 à Paris

FORCES DE VENTE

Déployer votre leadership en surface de vente

14 juin 2016 à Paris

FORUM LSA PROMOTION DES VENTES

Les enjeux business et juridiques de la promo en 2016

15 juin 2016 à Paris



Nos prochaines formations

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

DIGITAL TO STORE

Attirer les prospects et faire revenir vos clients en points de vente en utilisant le web et le mobile

14 juin 2016 à Paris

DATA ET DIGITAL DANS LE RETAIL

Réussir le bon mix pour un CRM augmenté

16 juin 2016 à Paris

« DIGITAL IN-STORE »

Comment utiliser ces nouvelles solutions digitales pour interagir avec vos clients

15 septembre 2016 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.

Elvire ROULET

eroulet@infopro-digital.com

Tél. : (+ 33) 01 77 92 93 36

■ Conférence

Mardi 31 mai 2016

ÉLYSÉES BIARRITZ, Paris

22-24 Rue Quentin Bauchart

75008 Paris

Métro : George V (ligne 1)

Charles de Gaulle-Etoile (RER A)

Parking George V avenue des Champs Élysées
(face au 103)

■ Formation complémentaire

Mercredi 1^{er} et jeudi 2 juin 2016

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-omnicanal-2016-4157](http://evenements.infopro-digital.com/lisa/conference-congres-omnicanal-2016-4157)**

Onglet informations et tarifs

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>

PARTENAIRES PREMIUM



Emnos est la branche Conseil du Groupe Loyalty Partner, leader européen de la gestion de la fidélité client et filiale du groupe American Express. En tant que spécialiste de la connaissance client et sa valorisation, emnos exploite les données transactionnelles pour bâtir des recommandations stratégiques et opérationnelles en termes d'assortiment, promotion catalogue, merchandising, prix, média ciblé et communication. Implanté à Munich, Paris, Londres, Madrid, Bruxelles, Chicago et Saint-Petersbourg, emnos accompagne depuis près de 10 ans les leaders de la grande distribution à travers le monde, dont Walgreens, Carrefour, Franprix, Lenta et Auchan, et plus de 50 industriels incontournables de la grande consommation : Nestlé, P&G, Unilever, L'Oréal, Coca-Cola, Heineken, PepsiCo, Mars, Candia, etc.

www.emnos.com

PARTENAIRES SILVER



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



Pionnière du CashBack en France, Plebicom a été créée en 2000 par Gilles Nectoux, aujourd'hui PDG du groupe. Elle fédère une communauté de 8 millions d'acheteurs sur Internet et en magasin. Plebicom est reconnue pour son expertise dans la mise en place de programmes d'acquisition et de fidélisation clients s'appuyant sur des technologies avancées de datamining. Elle travaille avec les plus grands professionnels de l'e-business en France et à l'international. Dernière innovation en date : sa solution de Card Linked Offers, plate-forme publicitaire 100% à la performance, permettant aux enseignes et petits commerçants de diffuser des offres promotionnelles ciblées, sur web et mobile, afin de créer des ventes en magasin.

www.plebicom.com



Filiale du groupe BNP Paribas Personal Finance, Symag propose une offre globale de solutions logicielles omnicanales et de services destinés à la grande distribution et au commerce spécialisé. Cette offre répond aux attentes de l'animation commerciale, de l'encaissement, de la mobilité, des services magasins sur site et à distance et de l'équipement du point de vente. Symag s'appuie sur les compétences de son pôle Conseil & Projet et sur une expertise reconnue des enjeux du commerce connecté.

www.symag.com

Avec le soutien de



Créée en décembre 2002, la Mobile Marketing Association France a pour mission première d'accélérer la transformation et l'innovation du Marketing grâce au Mobile. La Mobile Marketing Association France, association de loi 1901, est la seule association dédiée au marketing, à la publicité, au CRM et au Commerce sur mobile et tablette en France. Elle regroupe les acteurs majeurs de ce média : agences conseils, annonceurs, régies, prestataires, instituts de mesure, opérateurs mobiles. L'Association a pour objectif de rassembler les acteurs du marketing et de la publicité souhaitant œuvrer au développement de ce marché sur mobile et sur tablette. La Mobile Marketing Association France définit des positions communes sur des points clés de l'activité, propose des critères normatifs de bonne conduite et donne accès à des informations marché à échelle européenne ou mondiale. L'Association comprend aujourd'hui plus de 100 membres et constitue ainsi l'organisme professionnel de référence sur le marché auprès des annonceurs, des institutions, des associations professionnelles.

Son accord avec la Mobile Marketing Association Global en fait une association internationale : la Mobile Marketing Association est une organisation mondiale comptant plus de 800 sociétés membres dans le monde.

www.www.mmaf.fr

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 OMNISCANAL du 31 mai 2016

Tarif général
☐ 1 Jour 1 095 € HT / 1 314 € TTC

☐ La formation MARKETING CROSS-CANAL des 1^{er} et 2 juin 2016

Tarif général
☐ 2 Jours 1 595 € HT / 1 914 € TTC

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

☐ 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/lsa/cgv> et les accepte sans réserve

Fait à :

Le. :

Signature

Cachet de l'entreprise