LES RENCONTRES LSA

Jeudi 13 NOVEMBRE 2014
Paris

3e édition

CONFÉRENCE DRIVE, CLICK & COLLECT, CASIERS

Tirer profit des flux de retrait pour générer du chiffre d'affaires additionnel

- Drive Acte II : poursuivre la croissance face à la rationalisation du parc
- Casiers, retraits indoor et outdoor : quels sont les nouveaux paris du e-commerce
- Service, promotion, animation : quelles initiatives inédites pour augmenter les ventes

AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE

Cédric ANTOINE
Directeur
WINK

Jérôme DALIDET
Directeur auchandirect
GROUPE AUCHAN

Emmanuel DENNINGER
Directeur E-marketing
KIABI

Katia HERSARD
Directeur E-commerce & Marketing
LA FNAC

ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE

- **Olivier DE LA CLERGERIE,** *Directeur général et co-fondateur du Groupe,* **LDLC.COM**
- **Matthias LORE,** *E-commerce & Digital Director,* **COCA-COLA ENTREPRISE**
- **Jean-Baptiste SANTOUL,** *DG Laundry & Home Care,* **HENKEL France**
- **Pierre VILLENEUVE,** *Country customer relation manager,* **IKEA**

En partenariat avec

EVOKE ACCELERATEUR WEB TO STORE

Schoeller Allibert

SWAVEN ACTIVE INSIGHTS

Avec le soutien de

FEEF Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France

Formation préalable

Mardi 4 novembre 2014

ADOPTER UNE DÉMARCHE E-MERCHANDISING

Optimiser la navigation et l'expérience client sur votre site internet

EDITO

En juillet 2014, la France compte 3257 drives (LSA Expert). Si le Drive poursuit son essor, rares sont toutefois les consommateurs qui sont convertis au « tout Drive ». Si ce format est un très fort contributeur à la croissance des ventes de produits de grande consommation , il reste encore une forte marge de manœuvre pour optimiser le modèle. Il devient nécessaire de comprendre les freins et motivations d'achat, de proposer des services innovants et de personnaliser la relation client.

Pour stimuler de nouvelles ventes additionnelles, les enseignes misent sur le click & collect qui offre de belles perspectives : créer du trafic en magasin en mixant les avantages du web et du physique sans faire exploser les coûts.

Quel avenir quant au développement de ces modèles ? Quelles évolutions de l'offre face aux retraits en magasin ? Comment optimiser l'ensemble du parcours client pour générer de la croissance ? Quelle complémentarité entre virtuel et traditionnel ?

Pour répondre à ces questions, LSA vous convie le **13 Novembre à la troisième édition de sa conférence Drive, Click & Collect, Casiers. Distributeurs et industriels seront rassemblés pour vous dévoiler comment tirer profit des flux de retrait.**

En complément de cette journée, nous vous invitons à une journée de formation :

- Le 4 Novembre, « Adopter une démarche e-merchandising » vous donnera les clés pour optimiser la navigation et l'expérience client sur votre site internet

Au plaisir de vous y accueillir,

Julie COUTELLIER
Chef de projets conférences I LSA

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

UNE PUBLICATION DU GROUPE
INFOPRO digital

CONFÉRENCE DRIVE, CLICK & COLLECT, CASIERS

Tirer profit des flux de retrait pour générer du chiffre d'affaires additionnel

Jeudi 13 NOVEMBRE 2014
Paris

3e édition

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

Julien ADAM	Co-fondateur **AU BOUT DU CHAMP**
Cédric ANTOINE	Directeur **WINK**
Sylvain BOUJU	Directeur Rosedeal **VENTEPRIVEE.COM**
Jérôme DALIDET	Directeur auchandirect **GROUPE AUCHAN**
Olivier DE LA CLERGERIE	Directeur général et co-fondateur **GROUPE LDLC.COM**
Emmanuel DENNINGER	Directeur E-marketing **KIABI**
Daniel DUCROCQ	Directeur Département Géo-Marketing **NIELSEN**
Katia HERSARD	Directeur E-commerce & Marketing **LA FNAC**
Gaëlle LE FLOCH	Strategic Insight Director **KANTAR WORLDPANEL**
Thomas LE GUYADER	Expert Cross Canal **EVOKE**
Matthias LORÉ	E-commerce & Digital Director **COCA-COLA ENTREPRISE**
Laurent QUATREFAGES	Président **SWAVEN**
Jean-Baptiste SANTOUL	DG Laundry & Home Care **HENKEL FRANCE**
Pierre VILLENEUVE	Country customer relation manager **IKEA**

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

• Distributeurs, industriels, grands groupes et PME •

• Directeurs Généraux • Directeurs Drive • Directeurs et Responsables E-commerce • Directeurs et Responsables commerciaux • Directeur et Responsables développement des ventes • Directeurs et Responsables Category management • Directeurs et responsables des achats • Directeur Marketing • Responsable Trade-marketing • Responsables merchandising • Responsable MDD... •

Journée animée par Jérôme PARIGI, Rédacteur en chef adjoint de LSA, en charge de la distribution et de la franchise

8h30 Accueil des participants

POURSUIVRE LA CROISSANCE FACE À LA RATIONALISATION DU PARC DES DRIVES

9h00 **ALLOCUTION D'OUVERTURE**

Intervenant en cours de confirmation

9h30 **Tour d'Europe des modèles de retrait et des stratégies d'exploitation des flux**

- Présentation des différentes initiatives des enseignes en Europe
- Le retour d'expérience de Wink : analyser le modèle, la rentabilité, les services, les évolutions
- Offre, packaging, promotion : comment travailler efficacement avec chacun des modèles

Cédric ANTOINE I Directeur I WINK

Jérôme PARIGI I Rédacteur en chef adjoint en charge de la distribution et de la franchise I LSA

Jean-Baptiste SANTOUL I DG Laundry & Home Care I HENKEL FRANCE

10h15 Pause

10h45 **Quelle contribution du drive dans l'évolution de la consommation**

- Le drive ancré dans les habitudes de consommation : décrypter les performances du drive sur l'ensemble du territoire
- Service, prix, animation : quelles différences d'appréciation entre les fidèles et les abandonistes et quels leviers pour poursuivre la croissance du drive

Gaëlle LE FLOCH I Strategic Insight Director I KANTAR WORLDPANEL

11h10 **Adapter votre catégorie management grâce à la distribution numérique en temps réel pour mieux performer**

- Quels leviers pour personnaliser la relation client et répondre aux nouveaux besoins de consommateurs
- Comment piloter les promotions et animations online et offline pour accroître et fidéliser l'audience

Laurent QUATREFAGES I Président I SWAVEN

11h40 **Quelles Perspectives drive & casiers pour 2020**

- Cartographie des modes de retrait : comparaison des enseignes, emplacements, concepts
- Apprécier les différents chiffres d'affaires et les degrés de cannibalisation : quels paris sur l'avenir

Daniel DUCROCQ I Directeur Département Géo-Marketing I NIELSEN

12H00 TROPHÉES LSA DU CLICK & COLLECT

TROPHÉES LSA 2014

DU CLICK & COLLECT

L'enseigne qui a implanté le plus de drive
- Drive Solo
- Drive Accolé

Les prix des consommateurs
- Le meilleur choix
- La meilleure ergonomie
- Le meilleur prix
- Les meilleurs services
- Le meilleur concept

Le meilleur concept click & collect
- Alimentaire
- Non alimentaire

Le prix de la rédaction sur l'initiative Drive

12h40 Déjeuner

LES NOUVEAUX PARIS DES POINTS DE RETRAIT : QUELLES ADAPTATIONS POUR ATTIRER UNE NOUVELLE CLIENTÈLE

14h00 **TABLE RONDE – Casiers, points de retrait indoor et outdoor : décrypter les enjeux et performances du click & collect**

- Vers une différentiation toujours plus importante : comprendre les ruptures face aux modèles de retrait classique
- Évaluer la rentabilité de ces nouveaux modèles et les conséquences sur la dimension de l'offre

Julien ADAM I Co-fondateur I AU BOUT DU CHAMP

Jérôme DALIDET I Directeur auchandirect I GROUPE AUCHAN

Katia HERSARD I Directeur E-commerce et Marketing I LA FNAC

14h45 **Click & collect et e-reservation : quels usages pour générer du trafic en magasin et augmenter le ROI**

- Créer une expérience novatrice en adaptant le click & collect et l'e-réservation aux parcours d'achat spécifiques de vos clients en magasin
- Proximité, rupture de stock, déstockage, extension de gamme, ... : la e-reservation comme solution pour accroître vos ventes

Thomas LE GUYADER I Expert Cross Canal I EVOKE

QUELLES STRATÉGIES POUR TRANSFORMER LES FLUX DE RETRAIT EN CHIFFRE D'AFFAIRES ADDITIONNEL

15h15 **LE LAB – TEST & LEARN – Service, promotion, animation : les initiatives inédites pour augmenter les volumes des ventes**

- Comment aller au-delà de l'assortiment magasin et mettre en place une offre spécifique adaptée au format
- Quelles stratégies pour augmenter le panier des shoppers et quels partenariats avec les distributeurs
- Générer l'achat d'impulsion en développant l'interaction produit/shopper

Sylvain BOUJU I Directeur Rosedeal I VENTEPRIVEE.COM

Matthias LORE I E-commerce & Digital Director I COCA-COLA ENTREPRISE

15h50 **TABLE RONDE – Quelle complémentarité entre magasins virtuels et physiques**

- Répondre à l'appétence des shoppers pour un modèle cross canal et gagner de nouveaux clients
- Développer une stratégie cohérente pour mettre en valeur les flux de retrait et construire une expérience d'achat fluide

Olivier DE LA CLERGERIE I Directeur général et co-fondateur I GROUPE LDLC.COM

Emmanuel DENNINGER I Directeur E-marketing I KIABI

Pierre VILLENEUVE I Country customer relation manager I IKEA

16h40 Fin de la journée

Retrouvez le programme détaillé de cet événement sur : http://evenements.infopro-digital.com/lsa/

Mardi 4 novembre 2014

ADOPTER UNE DÉMARCHE E-MERCHANDISING

Optimiser la navigation et l'expérience client sur votre site internet

LES RENCONTRES LSA

Objectifs de la formation :

- Appréhender l'e-merchandising au service des objectifs commerciaux et marketing
- Mettre en œuvre une démarche d'e-merchandising efficace et performante
- Dynamiser son site au travers d'une animation pertinente

Formation animée par :

Paul-Émile CADILHAC
Fondateur
PERFORMANCE INTERACTIVE

- **L'E-merchandising : comment optimiser l'expérience Client sur Internet**
  Les nouveaux comportements d'achat multicanal
  L'e-merchandising au service des objectifs commerciaux et marketing
- **Comprendre les similitudes et les différences entre le merchandising et e-merchandising**
  Quelles sont les contraintes et opportunités de chaque canal : magasins, catalogues, sites, applications mobiles…
  Prendre en considération le nouveau contexte du cross canal
- **Mettre en œuvre la démarche « e-merchandising »**
  Comment appliquer la méthode e-merchandising à votre secteur
  > **Cas pratique : analyse des sites des participants**
  Le formateur, suite à l'exposé de la méthode e-merchandising, analysera les sites web des participants volontaires, et regardera s'ils ont su tirer parti du nouveau contexte interactif
- **Organiser son offre pour répondre aux besoins produits/clients**
  Faire le lien entre organisation de l'offre et les scénarii d'achat
  Les catalogues multi entrées
  Optimiser la navigation au sein de l'offre
- **Comment présenter efficacement les produits et animer son site**
  Optimiser ses listes et fiches produits
  Dynamiser son site au travers d'une animation pertinente : mises en avant, cross selling, promotions…
  > **Cas pratique : analyse des sites des participants**
- **Suivre la performance de ses actions**
  Les outils à mettre en œuvre
  Les tests à réaliser

Horaires :
8h30 : Accueil des participants / 9h00 : Début de la journée
12h30 : Déjeuner avec l'ensemble des participants
17h30 : Fin de la journée

Nos prochaines conférences

http://evenements.infopro.fr/lsa/conferences/

CONGRES DE LA FRANCHISE ET DES RESEAUX
Quels leviers de performance activer pour assurer votre développement
6 novembre 2014, Paris

CONGRÈS BIG DATA & INTELLIGENCE CLIENTS
Les enjeux de la gestion de données pour le Retail de demain
25 novembre 2014, Paris

BOISSONS EN GMS : Saisir de nouvelles opportunités de croissance en grande distribution
4 décembre 2014, Paris

Nos prochaines formations

http://evenements.infopro.fr/lsa/formations/

GÉNÉREZ DU TRAFIC QUALIFIÉ SUR VOTRE SITE
Comment activer les bons leviers en fonction de votre univers de marque
4-5 novembre 2014, Paris

MARKETING CROSS-CANAL
Mettre en place une stratégie différenciante centrée sur le shopper
18-19 novembre 2014, Paris

ACHETEUR STRATÈGE
Structurer votre démarche achats et piloter votre performance
26-27 novembre 2014, Paris

Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos évènements ? 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

Informations Pratiques

Conférence

Jeudi 13 novembre 2014

PAVILLON KLEBER, PARIS
7 rue Cimarosa
75116 PARIS
Métro : Boissière (ligne n°6)
Parking public : Kléber Longchamp - 65 avenue Kléber

Formation

Mardi 4 novembre 2014

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/lsa/conference-conference-drive-click-collect-2014-574,tarifs
Onglet informations et tarifs

En partenariat avec :

EVOKE
ACCELERATEUR WEB TO STORE

EvoKe, éditeur de Smart TraffiK et Easy Traffik - les seules solutions en mode SaaS créatrice de trafic et de ventes en magasin, accompagne les enseignes et les marques dans leurs réflexions et mises en place opérationnelles de leurs stratégies Cross Canal transverses : multidiffusion coordonnées et offres promotionnelles, display et SEM géolocalisés, Store Locator, Product Locator, ClicK&Collect, prise de RDV qualifié, market Place Cross Canal. De nombreuses enseignes et marques font confiance à EvoKe pour le déploiement de leurs actions Web-to-Store aussi bien en France qu'en Europe : Bouygues Telecom, Carrefour, Celio*, Europcar, Gémo, La Maison des Travaux, La Pataterie, Louis Pion, Speedy, SuperDry, VidéoFutur, etc.

www.evoke.fr

Schoeller Allibert

Schoeller Allibert, société innovante participant activement au développement durable, a pour objectif de généraliser l'usage des solutions d'emballage plastique réutilisable et propose LA solution de préparation de commande/stockage/mise à disposition pour l'équipement de vos Drive, système utilisé par la majorité des Enseignes : son chariot interconnectable 600x400x195 mm couplé aux bacs gerbables emboîtables, parfaitement adapté pour une utilisation en entrepôts comme en magasins, satisfait à un usage en espace restreint avec un encombrement au sol réduit et une capacité de stockage importante.

www.schoellerallibert.com

SWAVEN®
ACTIVE INSIGHTS

Swaven permet aux marques de la Grande Consommation d'engager des actions commerciales et marketing pertinentes auprès des consommateurs et revendeurs. Cela se fait via un dashboard regroupant une suite d'applications web et mobiles qui sont capables d'analyser et restituer en temps réel, l'évolution de l'environnement sectoriel et concurrentiel ainsi que les comportements en ligne des shoppers.

www.swaven.com

Avec le soutien de

FEEF
Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France

VOUS FORMER avec *LSA* ?

Toutes les formations sur http://evenements.infopro-digital.com/lsa/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/lsa/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 :

ELIGIBLE AU DIF

❒ **La conférence DRIVE, CLICK & COLLECT, CASIERS du 13 novembre 2014**

❒ **La formation ADOPTER UNE DÉMARCHE E-MERCHANDISING du 4 novembre 2014**

Tarif général	
❒ **1 Jour** 995 € HT / 1 194 € TTC	❒ **2 Jours** 1 690 € HT / 2 028 € TTC

Tarif PME (Moins de 250 salariés)	
❒ **1 Jour** 790 € HT / 948 € TTC	❒ **2 Jours** 1 390 € HT / 1 668 € 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 du 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

LSA et Les Rencontres LSA sont des marques de 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