



CONGRÈS 100% OMNICAL

De la stratégie à l'opérationnel

02/06/2022 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Le rendez-vous incontournable dédié à l'omnicanal et l'expérience client réunissant tous les professionnels du secteur
- Des informations rythmées avec des témoignages stratégiques, des Table Rondes opérationnelles et des ateliers d'experts
- Un événement en présentiel pour se retrouver entre experts

Journée animée par : Florence Bray, Rédactrice en chef adjointe LSA et Jamal El Hassani, journaliste spécialisé « Tech » LSA

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE : Vision stratégique omnicanale d'une GSS

- Plan de course de la stratégie Omnicanale du groupe Etam
- QR codes, puces RFID, application... Le digital au service de l'expérience client
- Focus sur le parcours d'achat d'un client Undiz

CHIFFRES CLÉS : pandémie et retour de l'inflation, quel impact sur les circuits fréquentés par les français pour leurs achats alimentaires

- Répartition des dépenses alimentaires des Français entre les différents canaux de distribution entre avant pandémie et 2022
- Synthèse des enjeux pour les acteurs de la grande distribution

TEMOIGNAGE D'EXPERT : la raison d'être d'une supply chain connectée et étendue

- Comment la Supply Chain est devenue source de création de valeur et de croissance pour les entreprises « centrées sur le client »
- Derrière chacune des attentes du consommateur, quel sont les impacts et prérequis en Supply Chain
- Comment la technologie peut-elle rapidement améliorer la qualité de l'expérience client grâce à une performance Supply Chain augmentée
- Focus sur les parcours d'achat de 3 consommateurs (vêtements, mobilier et décoration).

TEMOIGNAGE D'EXPERT : les solutions de paiement au cœur de l'expérience d'achat pour accroître la conversion

- Des moyens de paiement adaptés aux profils consommateurs et canaux d'achat
- Focus sur le paiement fractionné et ses avantages sur le business des retailers
- Retour d'expérience avec le témoignage vidéo de Arnaud Barrere, Directeur Marketing de Optic 2000

PAUSE ET NETWORKING

TEMOIGNAGE D'EXPERT : gagner en efficacité avec un centre de contact sur le cloud

- Business case d'un déploiement omnicanal
 - Créer une expérience homogène sur tous les canaux
 - Obtenir une solution évolutive grâce aux bénéfices du Cloud
-

TEMOIGNAGE : vision stratégique omnicanale d'une DNVB

- Pop-up store, corners et autres concepts... Partir du digital vers l'omnicanalité
 - Utiliser l'agilité pour créer l'expérience client, Digital in store et Order in store
 - Adapter son mix media à sa stratégie omnicanale
-

TEMOIGNAGE D'EXPERT : renforcer la relation clients grâce à la visio

- Comment la vidéo favorise la relation client dans le secteur du retail
 - Intégrer la visio dans les outils existants
 - Dynamiser et monétiser son service clients
 - Business case : proposer des rdv conseil pour ses clients
-

Remise des trophées LSA Omnicanal

Déjeuner cocktail affinitaire

TABLE RONDE L'omnicanal pour maximiser son expérience client : tendances, bonnes pratiques et formations

- S'appuyer sur sa marketplace et son site internet pour améliorer l'expérience client en magasin
 - Mieux former ses conseillers et vendeurs
 - En magasin, implémenter le phygital
 - En ligne, proposer un virtual store
-

TEMOIGNAGE D'EXPERT : data, expérience client, gouvernance : l'omnicanal a tous les niveaux pour optimiser vos performances

- Data science, analyse, modélisation, réconciliation de données : comprendre les parcours clients et les performances omnicanales
 - Live shopping, Visio Vendeur, Click2Chat, Click&Collect : améliorer l'expérience client omnicanale pour générer de la croissance
 - Digitalisation, App Mobile, Déflexion, Call Center : optimiser l'expérience post achat via l'omnicanal
 - Objectif, Rôles & Responsabilités, Pilotage, Reporting, Instances : installer les prérequis indispensables au pilotage omnicanal
-

TEMOIGNAGE : vision stratégique omnicanale d'un distributeur alimentaire

- Diversifier ses canaux pour augmenter sa rentabilité et la préférence client
 - Digitaliser ses magasins pour favoriser l'expérience client
 - Répondre aux nouvelles attentes des consommateurs : offre, rapidité
-

TEMOIGNAGE D'EXPERT : expansion du commerce vs protection des ventes en ligne : trouver le bon équilibre pour maximiser ses gains

- Partage de données, modèles IA et services : Améliorer vos décisions et vos revenus
 - Sécuriser vos ventes en lignes
 - Etude du cas Samsung : améliorer son offre de service dans un contexte omnicanal
-

ALLOCUTION DE CLOTURE : Le suivi du client omnicanal : quelles pistes et quels droits pour récupérer de la data

- Zoom sur la législation et ses évolutions à venir
 - Comment suivre son client en 360 tout en respectant sa vie privée
 - Cartes de fidélité, captation vidéo, tickets de caisse dématérialisés... les leviers pour récupérer de la data
-

Avec la présence exceptionnelle de

Professionnel(s) du secteur

Qui participe à cet événement

- Agroalimentaire, Ameublement / Décoration, Bricolage, Culture / Loisirs, Equipement de la maison, Sport, Textile / Habillement, Distributeur, Pure player / Digital
-

Tarifs

- Tarif général : 1 295,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) : 1 595,00 €HT