CONGRÈS 100% OMNICANAL

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 fréquentes 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 accroitre 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, réconcilitation 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 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