
CONGRES CROSS-CANAL NEGOCE

Les clefs pour accompagner vos clients sur tous les canaux

07/12/2016 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Le rendez-vous incontournable des négociants, fabricants, start-up et leurs partenaires
- Décrypter le phénomène cross-canal et ses enjeux
- Identifier les étapes clés pour délivrer une expérience client cross-canal

Journée animée par Florent Maillet, Rédacteur en chef de Négoces

Programme soumis à modification

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE Affirmer votre stratégie cross-canal

Etat des lieux chiffré de l'évolution des pratiques digitales dans le négoce

- 2e édition du baromètre
- Quel niveau d'intérêt des acteurs du bâtiment pour la communication digitale
- Les modalités de la communication digitale actuelles et à venir

Décrypter les usages de vos clients : témoignage d'un artisan connecté

- Services disponibles, ergonomie du site web, accompagnement pendant l'achat : quels critères de préférence entre plusieurs fournisseurs
- Appréhender les besoins prioritaires de vos utilisateurs et comment y répondre

VOUS ORGANISER POUR DELIVRER UNE EXPERIENCE CLIENT CROSS-CANAL

Visions d'experts - Quels nouveaux logiciels de gestion de l'information produit pour se constituer une base de données produits fiable

- Choisir les bons outils PIM : comment construire une base dématérialisée de données articles
- Améliorer l'expérience client avec un message uniformisé sur tous les canaux : catalogue papier, application mobile, site internet

Pause

Logistique vers l'hyper-centre : comment accompagner vos clients jusque sur leurs chantiers

- Comment la livraison sur chantier facilite le quotidien de vos clients – retour sur une étude de 100 acteurs du bâtiment
- Quelles stratégies mettre en place grâce au digital pour gagner du temps sur la livraison : réservation de places de parking, SMS avant livraison, livraisons groupées des grossistes...

- Appréhender les différentes typologies de besoins pour multiplier les achats complémentaires

Bétondirect.fr : le e-service "sur-mesure" de livraison de béton frais

CONVAINCRE VOS PROSPECTS PENDANT LA PHASE DE RECHERCHES AVANT-ACHAT

Présence multi-supports et acquisition clients sur le web : retour d'expérience d'un site internet inspirational

- Miser sur une stratégie disruptive sur les réseaux sociaux pour séduire vos clients
- Recommandations personnalisées, notations des autres utilisateurs, vidéos de démonstration, fiches comparatives : quels leviers pour déclencher l'achat

Configurateur 3D cross-canal : simplifier la décision d'achat pour vos clients

- Aider vos clients à se projeter via un outil 3D disponible sur desktop ou tablette
- Bornes en magasin, conseillers, articles favoris : quels outils pour travailler leurs projets dans la continuité
- Optimiser le ROI de vos outils : coût de mise en place et indicateurs de performances (leads, taux de transformation)

Des outils numériques pour faciliter l'expérience client au cœur de la transition énergétique

- Offrir des portails web aux négociants et à leurs clients pour sensibiliser aux économies d'énergie
- Dynamiser les ventes et faire gagner des chantiers grâce à des solutions numériques dédiées

Pitch start-up : 5 minutes pour convaincre !

- CLIC & WALK - Mesurez et améliorez votre excellence opérationnelle
- CRITIZR - Exprimez-vous sur n'importe quel point de vente. Le directeur vous lit et vous répond !
- INEAT CONSEIL - Mise en œuvre et conception de solutions digitales
- MOBI RIDER - Digitalisez vos points de vente ! Prenez la parole sur le mobile de vos clients !
- SHOW-ROOMER - Permettre aux e-consommateurs de tester un produit avant l'achat en ligne

Déjeuner

METTRE EN PLACE UN PARCOURS D'ACHAT SANS COUTURE : LA DEMARCHE CUSTOMER-CENTRIC

TABLE RONDE Créer un site marchand pour multiplier les points de contact et améliorer la relation client

- Utiliser le site marchand comme clef de voûte de la relation client : espace utilisateur, programme de fidélité, reconnaissance entre les canaux
- Quels outils fournir à l'artisan pour faciliter son quotidien : application mobile, configurateur 3D, bilan thermique
- Conseils, click-to-call, tests produits : quelles alternatives au réseau physique

Exploiter les outils digitaux pour placer l'expérience client au cœur de votre stratégie

- Digital-in-store, click-to-collect, iBeacons : comment réenchanter le point de vente et générer du trafic additionnel
- Créer des ponts entre le digital et les outils en magasin pour renouveler l'expérience client
- Susciter de l'engagement chez vos clients grâce à la gamification

Pause

DES SERVICES A FORTE VALEUR AJOUTEE POUR ACCOMPAGNER LE CLIENT POST-ACHAT

Fidéliser vos clients grâce à un programme dédié

- Pourquoi investir dans des programmes qui récompensent la fidélité de vos clients
- Capitaliser sur la proximité avec vos clients pour gagner des parts de marché
- Comment combiner RSE et fidélisation pour vous différencier

TABLE RONDE Quels services proposer à vos clients pour obtenir leur préférence

- Click & Collect, drive, disponibilité des produits : comment installer une démarche web-to-store pour générer du trafic en magasin
- Livraison, entretien, conseil, formation : organiser un service après-vente qualitatif pour fidéliser vos clients
- Encourager le cross-selling en ciblant les besoins

ALLOCUTION DE CLÔTURE

ALLOCUTION DE CLOTURE

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- ALLAIS Philippe, Directeur commercial, BRICOZOR
- BARTRA Gaëtan, Directeur des Réseaux Intégrés et Affiliés, PPG
- CHASSINAT Romain, Directeur digital, REXEL FRANCE
- GIBIAT Cédric, Directeur commercial et stratégie multicanal, CÉDÉO
- GIMARET Grégoire, Retail Lead France, FACEBOOK FRANCE
- ROYER Olivier, DGA, SAINT-GOBAIN DISTRIBUTION BÂTIMENT FRANCE
- SCHAEFFER Patrick, Directeur général, CMEM

Qui participe à cet événement

- Négociants, Fabricants, Start-up