



NOUVELLE DISTRIBUTION

Actionner les relais de croissance de la distribution de demain

02/12/2015 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Votre nouveau rendez-vous pour cerner les initiatives commerciales incontournables de demain
- Un décryptage des business model disruptifs mis en œuvre par des acteurs majeurs de la grande consommation
- Une matinée riche en témoignages exceptionnels pour s'informer et networker

Matinée animée par Florence BRAY, Rédactrice en chef adjointe, LSA

Accueil des participants

TABLE RONDE Vente directe de marques nationales : quels leviers actionner pour déployer une alternative gagnante

- Recrutement, différenciation, chiffre d'affaires additionnel, tests ... : pourquoi opter pour la vente directe
- Offre ciblée et services à valeur ajoutée : quels prérequis pour construire votre propre territoire de vente
- Chiffre d'affaires, image de marque, données clients... : mesurer le ROI de telles opérations
- Comment ne pas freiner votre collaboration avec la grande distribution

Recréer du lien entre vos marques et vos consommateurs à l'heure du digital

- Essor des market places, désintermédiation, mécanisation des achats : comment rester au contact de vos consommateurs
- Magasin éphémères, site de marques, vente à domicile... : quid des nouveaux modèles de distribution qui maximisent la satisfaction client et multiplient de nouvelles expériences de marques
- Comprendre les enjeux et cibler les initiatives commerciales innovantes et créatrices de valeur

Pause

S'appuyer sur les bénéfices de l'économie participative pour innover

- Makers, fab lab et plateformes d'échanges de services entre particuliers : quelle posture de l'enseigne face à l'économie participative
- Comment concrétiser une logique servicielle profitable
- Illustration via le partenariat de Leroy Merlin et TechShop

Expérience de marque et plaisir dans l'acte d'achat : les clés pour bâtir un véritable espace marchand éphémère

- Objectifs d'image et d'affluence, contact direct avec le consommateur, rentabilité du concept... : pourquoi faire le choix de l'éphémère
- Parcours sensoriel et interactif, ateliers, accompagnement personnalisé et cross-canal... : mettre en œuvre une expérience client immersive

- Capitaliser sur l'expérience de marque pour générer de la préférence et fidéliser
- Retour d'expérience sur « La route du Caffé » de Lavazza

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- BENNIS Imane, Directrice marketing et communication, LAVAZZA
 - CALMÈS Stéphane, Directeur de projet Campus, LEROY MERLIN
 - RAILLON Christophe, Directeur de projet TechShop, LEROY MERLIN
 - RONDEAU Philippe, Responsable marketing, SODEBO
 - TRAPET Lionel, Directeur Europe de My M&M's, MARS CHOCOLAT
 - VALETTE Arnaud, Responsable E-commerce, DANONE EAUX FRANCE
-

Qui participe à cet événement

- Présidents - Directeurs généraux - Directeurs adjoints - Directeurs commerciaux - Directeurs E-commerce - Directeurs des ventes - Directeurs du développement - Directeurs stratégie - Directeurs innovation - Directeurs marketing - Directeurs communication - Directeur de la relation client - Directeurs logistique - Directeurs des opérations - Responsables projets clients - Directeurs de clientèle