



CONGRÈS DU CROSS-CANAL

Les stratégies du Retail de demain

21/05/2014 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Avec la participation de Régis Schultz, Directeur général de l'enseigne DARTY
- Les clés pour piloter une stratégie cross-canal performante
- Un événement mixant retours d'expérience et ateliers animés par des experts du cross-canal

Journée animée par la Rédaction de LSA

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE L'omni-canal : quelle opportunité pour les distributeurs ?

ATELIER Web, mobile, magasin : maîtriser la nouvelle réalité du commerce omni-canal, évoluer et anticiper les changements

- Tendances : convergence du commerce digital et du commerce physique
- Comment réduire les complexités opérationnelles et d'implémentation lors de la mise en place de votre stratégie cross-canal
- Les différents leviers pour constituer une vue unique du client
- Illustrations au travers de cas clients concrets

ATELIER Piloter l'ensemble des programmes de fidélisation de vos clients dans une dimension cross-canal : présentation exclusive du cas client 3 Suisses International

- Les clés pour réduire les délais de mise en œuvre d'offres cross-canal
- Comment homogénéiser la relation client sur de fortes volumétries d'articles
- Cross canal : exploiter le potentiel d'une Marketplace
- Quels bénéfices de l'approche Temps Réel

ET NETWORKING DANS L'ESPACE PARTENAIRE

Synthèse des échanges et illustrations sur la base d'analogies à l'international

Résultats du baromètre exclusif Toluna/PwC/LSA des principaux sites d'e-commerce en France par cumul des dépenses des internautes

ATELIER Du foisonnement à la convergence cross-canal : vers un nouveau management d'entreprise

- Les impacts d'une telle stratégie sur les différents métiers du retail
- De la direction générale aux opérationnels, comment réussir l'intégration du cross-canal à tous les échelons de l'entreprise
- La parole à un client distributeur

ATELIER L'omni-commerce en temps réel, un puissant vecteur d'innovation marketing et commerciale pour les retailers

- Efficacité commerciale, enrichissement et personnalisation de l'expérience utilisateur... : quels enjeux de l'exploitation en temps réel des données récoltées sur l'ensemble des canaux
- La migration progressive vers un marketing individualisé
- Découvrir le parcours omni-canal du client de demain et les services innovants associés

Priorisez votre cheminement vers le cross-canal

- La nécessité pour les distributeurs d'intégrer les fonctionnalités cross-canal au cœur de leur stratégie
- Résultats chiffrés du benchmark des pratiques cross-canal d'Ebeltoft/Dia-Mart dans 16 pays et 166 enseignes
- Quelles priorités, pour quels acteurs et sur quels marchés
- Témoignage exclusif d'un e-commerçant français expatrié au UK sur les différences d'approches cross-canal entre les deux pays

Relever le défi d'un positionnement de marque omni-canal !

- Points de vente, portail Internet marchand, communication 3.0 et 1ère boutique en 2014 : se différencier par le cross-canal dans un environnement hyperconcurrentiel
- Surfer sur le store-to-web pour capter de nouveaux clients et assurer un positionnement digital fort
- Comment tirer profit des réseaux sociaux pour gagner rapidement des parts de marché
- Quelle vision de la boutique connectée pour une expérience d'achat optimale

DEJEUNER ET NETWORKING DANS L'ESPACE PARTENAIRE

Synthèse des échanges et illustrations sur la base d'analogies à l'international

ATELIER Mettre en scène votre offre de manière cohérente sur l'ensemble des canaux et garantir une expérience client sans couture

- Face à un consommateur multi-canal, comment supprimer le clivage on et off line
- Recommandation produit, personnalisation des communications, animation des différents canaux... : les leviers pour une expérience d'achat optimale
- Alimentaire, mode, beauté... : retour d'expérience sur de nombreux secteurs d'activité, à travers une solution unique

ATELIER Pure players, distributeurs, marques : faites face à la grande mutation cross-canal de la distribution et de la relation client

- Stratégie d'expansion internationale, de distribution ou d'e-commerce : réussir dans la mise en œuvre de votre stratégie de distribution cross-canal
- Au-delà de la stratégie, comment piloter le déploiement opérationnel et l'exécution terrain dans toutes les fonctions de l'entreprise
- En quoi le cross-canal transforme l'entreprise selon son degré de maturité digitale
- Exemples concrets à travers des business cases aux USA, UK et Europe

TABLE RONDE « Web to store », « store to web », « web in store »... : rendre l'expérience pré ou post achat plus attractive pour inciter le shopper à utiliser les nouveaux outils digitaux

- Les enjeux d'une synergie entre site Internet, terminaux mobiles et points de vente
- Considérer le magasin au sein d'un univers connecté et d'un parcours client global
- Couplage technologie-vendeur, relation de confiance avec le client : comment éviter le showrooming en misant sur la « réassurance » humaine via un vendeur à la fois conseiller et expert
- Intégrer efficacement les réseaux sociaux à votre stratégie digitale pour renforcer la connaissance client et finaliser l'expérience post-achat
- Comment analyser l'ensemble des données clients obtenues sur tous les canaux

ET NETWORKING DANS L'ESPACE PARTENAIRE

Synthèse des échanges et illustrations sur la base d'analogies à l'international

ATELIER Décrypter les stratégies e-commerce des pure players vs click & mortar et confronter leurs positionnements marketing et commercial

- Présentation de deux études Webloyalty menées en collaboration avec CCMBenchmark et Médiamétrie//NetRatings

ATELIER Comment générer des expériences de consommation ultra-personnalisées : l'étude des best practices d'Amazon

- Personnalisation, commerce en ligne, analyse de données et de produits web... : quels dispositifs pouvez-vous appliquer directement à votre business
- Les éléments clés à considérer lors de l'implémentation d'un outil de personnalisation
- Quel(s) impact(s) attendre sur la satisfaction de vos clients

Comment faciliter le parcours d'achat via l'application mobile : benchmark sur le secteur de la restauration

- Les clés pour déployer une stratégie mobile « servicielle » dans le prolongement de la stratégie globale de la marque
- Comment utiliser l'application mobile pour enrichir l'expérience en magasins, développer le trafic en points de vente et créer de la fidélité
- Menus préférés, promotions spécifiques, bons plans... : capitaliser sur les datas récoltées pour une meilleure connaissance clients et une expérience d'achat personnalisée
- Quels effets positifs en termes de buzz et de communication pour l'enseigne

ALLOCUTION DE CLÔTURE

Redynamiser l'expérience client en magasin !

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- BENABEN François, Directeur international des ventes, GROUPE ROSSIGNOL
- BENHAÏM Thierry, Directeur général, LA GRANDE RÉCRÉ
- DENNINGER Emmanuel, Directeur e-marketing, KIABI
- PENICHON Jean-Noël, VP Information Technology (IS & Digital) France, MC DONALD'S FRANCE

Qui participe à cet événement

- Distributeurs, industriels et pure players de grands groupes et PME

