

CONGRÈS STRATÉGIE OMNISCANALE

Quels parcours clients pour un commerce unifié

10/09/2020 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Votre rendez-vous incontournable dédié à l'omniscanal et l'expérience client réunissant toute la profession du secteur
- Une session de networking animée afin de développer votre réseau d'affaires et rencontrer vos pairs
- Une vision métier pour comprendre les impacts de l'omniscanalarité sur l'organisation interne
- Click & Collect, livraison flexible, moyens de paiement multiples, systèmes d'encaissement innovants... : le point sur les services sublimant l'expérience shopper

Avec la présence exceptionnelle de

- **BOURGOIS Cyril**
Directeur stratégie, transformation digitale et innovation
GROUPE CASINO
- **BRON Olivier**
Directeur des opérations
GALERIES LAFAYETTE
- **HAGGER Alice**
Directrice de la marque
MADE.COM
- **VOGLIMACCI Nicolas**
Product Manager Pos solutions

Jérôme PARIGI, Rédacteur en chef adjoint LSA

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE **Quelles stratégies de distribution omniscanales pour faire émerger des parcours d'achat "sans couture".**

REGARDS CROISÉS -

Repenser les parcours clients : offrir une offre sur-mesure face à des parcours d'achat différents

- Magasin, e-commerce, mobile : construire un parcours à 360°, fluide et personnalisé
- Tirer profit de chaque point de contact et créer des opportunités de vente
- Bornes interactives, applications mobiles, etc., sur quels services investir en fonction de votre profil de clientèle

**transforme : renforcer sa place
centrale dans la chaîne
omnicanales****Qui participe à cet événement**

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

Tarifs

- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) early bird

 1195,00 €HT
- Tarif général early bird

 1095,00 €HT

- Identifier les nouveaux comportements des consommateurs « Research Online, Purchase Offline »
- Ship-from-store, e-réservation, click & collect... quelle mise en place organisationnelle et opérationnelle
- Organiser la gestion des retours colis en magasin
- Connecter tous les systèmes d'information afin de regagner en agilité et déployer de nouveaux services

Ateliers

Atelier 1 : Etude et analyse géomarketing pour identifier, décider et optimiser votre stratégie d'implantation

Atelier 2 : Booster vos pratiques de drive-to-store et drive-to-web

Pause et session de networking animée par un jeu concours

Entre digital et dimension humaine, comment positionner le vendeur au cœur de l'expérience client

- Nouveaux modes de consommation, shopper hyper connecté, digitalisation du point de vente... quel nouveau rôle et quelles évolutions du métier de vendeur
- Vision des stocks en temps réel, commandes, encaissement... gérer efficacement l'accueil client et les nouveaux services en point de vente

- Comment former et accompagner les vendeurs pour une relation client optimale

Ateliers

Atelier 1 : Les technologies in et out-store pour fluidifier la relation entre enseignes, marques et shopper

Atelier 2 : Miser sur l'IA et maximiser votre service client comme vos process internes

Déjeuner cocktail

TÉMOIGNAGE Les clés pour améliorer l'expérience d'achat online et offline

- Cabines connectées, systèmes de recommandation personnalisés, PIM (Product Information Management), encaissement 100% RFID... : les outils digitaux pour unifier les données et l'expérience client
- Les solutions pour rendre l'acte de paiement plus fluide et diminuer le temps d'encaissement
- Le paiement de demain omnicanal sera-t-il «cashless»?

Ateliers

Atelier 1 : Déployer de nouveaux moyens de paiement omnicanal et optimiser vos flux financiers

Atelier 2 : Améliorer la performance de votre logistique grâce à des technologies qui transforment votre secteur

La réponse des marketplace face à l'omnicanalité

- Quelles complémentarités entre les marketplace et les distributeurs
 - Améliorer la visibilité des marques via les marketplace
 - Quels outils et technologies pour développer vos ventes
 - Comment fidéliser votre clientèle
-

Réussir votre transformation omnicanale et digitale grâce à une supply chain performante

- Comment supply chain et retail doivent travailler ensemble
 - Digitalisation de la supply chain : les leviers pour optimiser la logistique, les coûts, les délais et la satisfaction client
 - Temps réel, vision unique des stocks... quelle mise en place et quels gains espérés
-

ALLOCUTION DE CLÔTURE

Comment et pourquoi faire converger numérique et physique ?

- Quelles stratégies quand on est un pure player
- Vers un modèle hybride ?

Remise des trophées

