COMMERCE CONNECTE

IA et Smart Data : révolutionnez votre parcours d'achat

20/11/2018 - PARIS

Pourquoi participer à cet événement

- Votre rendez-vous LSA à ne pas manquer, dédié au commerce connecté et aux nouvelles technologies
- L'IA et le Search vocal, voie d'avenir du commerce : comment les déployer dans votre stratégie et en tirer profit
- Digitalisation, services, encaissement… : le point de vente, terrain de jeu à exploiter pour vous différencier
- Click and collect, consignes pick up… : investissez dans la livraison, composante fondamentale de l'acte d'achat pour gagner en compétitivité

Flore Fauconnier, Rédactrice en chef adjointe de LSA

L'OMNICANAL, ELEMENT INDISPENSABLE FACE A DES CONSOMMATEURS MULTI-SUPPORTS

Accueil des participants

ALLOCUTION D'OUVERTURE

Relation client : comment tirer parti de l'IA pour innover et repenser l'expérience client

TABLE RONDE - Faites converger online et offline pour une stratégie customer-centric au service du magasin

- Comment capitaliser sur la data pour personnaliser la relation client et enrichir le rôle du vendeur
- Programme de fid, web analytics : quelle offre et quel merchandising pour vos points de vente
- Quels services high-tech différenciants proposer

Combinez ultra personnalisation et puissance dans un monde omnicanal

- Cas Bjorg : Quels leviers pour accélérer l'adoption du produit par les shoppers
- Cas Intermarché : comment mettre en place une promotion ciblée et phygital

Pause et networking

FOCUS - Comment Camaïeu a accéléré son modèle omnicanal pour faciliter le quotidien des shoppers

- E-résa, store-to-web… : exploitez la synergie web/magasin pour fluidifier le parcours client
- Comment tracker la data et quels supports choisir selon sa cible pour offrir de la personnalisation
- Misez sur l'économie circulaire et proposez le magasin comme point d'échange

La data science et le big data au service de l'expérience client

- Comment exploiter efficacement la data dans le parcours shopper
- Quels bénéfices le marketing et le merchandising peuvent tirer de la data

DECRYPTAGE - Quelle stratégie mettre en place pour rendre le client autonome et à terme personnaliser son parcours

- Durée du parcours, point de contact… : comment réunir vos datas pour une vision 360 du client et simplifier son parcours
- Quels outils pour redonner aux vendeurs une vraie valeur ajoutée
- Sur quels leviers Club Med va s'appuyer pour offrir de la personnalisation

COCKTAIL DEJEUNATOIRE

NOUVELLES TECHNOLOGIES : ANTICIPEZ LES ATTENTES CLIENTS

Comment vous connecter aux shoppers pour interagir au cœur du rayon

- Passez à l'infrastructure interactive pour communiquer en temps réel la géolocalisation indoor dans vos applications

Machine learning : changez d'ordre de grandeur dans l'exploitation de vos données

- En quoi une collaboration data scientist/marketeur optimise au mieux vos processus marketing
- Capitalisez sur l'IA pour activer efficacement vos leviers marketing online
- Quelles données pour alimenter les bases de votre machine learning

ALLOCUTION DE CLÔTURE

Commerce de demain : innovez au service de l'expérience client et la gestion magasin

Fin de journée

Avec la présence exceptionnelle de

- **ACH Laurent**, Directeur , **RAKUTEN INSTITUTE OF TECHNOLOGY**
- **ATTALI Jonathan**, Directeur digital, **GROUPE ETAM**
- **BACH DONNARD Emmanuelle**, Directrice Marque, Digital et Expérience Client, **PICARD**
- **BOURGOIS Cyril**, Directeur de la stratégie digitale, **GROUPE CASINO**
- **GEORGET Véronique**, Directrice digitale, CRM et communication locale, **KRYS GROUP**
- **VIROS Alexandre**, Directeur général, **OUI.SNCF**

Qui participe à cet événement

- Commercial / Ventes / AdV ; Data ; IT / Systèmes d'Information ; Magasin / Enseigne ; Magasin / Enseigne ; Merchandising ; Supply chain / Logistique / Transport

Tarifs

- Tarif général : 1 095,00 €HT
- Tarif prestataires de services (hors industriels et distributeurs) : 1 195,00 €HT