



CONVENTION AND EXPO:  
**JANUARY 15-17, 2017**  
#nrf17

JACOB K. JAVITS  
CONVENTION CENTER  
NEW YORK, NY

## Prestations et horaires du Salon 2017

### Inscription

#### **Javits | Hall Nord, Niveau 2 et Crystal Palace, Niveau 3**

Samedi 14 janvier	7h00 - 17h00
Dimanche 15 janvier	7h00 - 17h00
Lundi 16 janvier	7h00 - 17h00
Mardi 17 janvier	7h00 - 17h00

### Inscription dans les lieux satellites

#### **Marriott Marquis, Entrée Niveau 3**

Samedi 14 janvier	7h00 - 17h00
Dimanche 15 janvier	7h00 - 18h00
Lundi 16 janvier	7h00 - 11h00

#### **Sheraton New York & Towers, Chelsea Ballroom, Niveau inférieur**

Samedi 14 janvier	7h00 - 17h00
Dimanche 15 janvier	7h00 - 18h00
Lundi 16 janvier	7h00 - 11h00

#### **Hilton Midtown, Hall G, Niveau inférieur**

Samedi 14 janvier	7h00 - 17h00
Dimanche 15 janvier	7h00 - 18h00

### WiFi

SSID : NRF17

Le WiFi n'est pas disponible au Niveau 1 ni dans les 3 Halls de l'EXPO

### Vestiaire

#### **Hall A, Niveau 1**

Dimanche 15 janvier	7h00 - 18h00
Lundi 16 janvier	7h00 - 18h00
Mardi 17 janvier	7h00 - 18h00

#### **Hall D, Accueil Événements spéciaux, Niveau 1**

Dimanche 15 janvier	7h00 - 17h30
Lundi 16 janvier	7h00 - 18h00
Mardi 17 janvier	7h00 - 18h00

#### **Mezzanine (près de Starbucks), Niveau 2**

Dimanche 15 janvier	7h00 - 17h30
Lundi 16 janvier	7h00 - 18h00
Mardi 17 janvier	7h00 - 18h00

### **Soins de premiers secours**

Composez le 2222 à partir de n'importe quel téléphone du Centre de Convention en cas d'urgence médicale.

### **Salon d'allaitement | Salle 1B 01, Niveau 1**

Dimanche 15 janvier	6h00 - 17h30
Lundi 16 janvier	6h00 - 17h30
Mardi 17 janvier	6h00 - 17h30

### **Objets perdus | Salle 1B 02-04, Niveau 1**

Dimanche 15 janvier	6h00 - 17h30
Lundi 16 janvier	6h00 - 17h30
Mardi 17 janvier	6h00 - 17h30

### **Activités & programmes complémentaires**

Accessibles à tous les titulaires de badge ; laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

### **Clubhouse NRF | Pavillon River, Niveau 4**

Dimanche 15 janvier	7h00 - 17h00 Meet Ms. America 13h00 – 15h00
Lundi 16 janvier	8h00 - 17h00
Mardi 17 janvier	8h00 - 17h00

### **Asseyez-vous. Dégustez. Jouez. Rechargez.**

La Clubhouse est de retour !

La Clubhouse NRF, nouvelle en 2016, est accessible à tous les participants et offre un petit quelque chose à tout un chacun. Voulez-vous vous asseoir ? De nombreuses chaises sont à votre disposition. Auriez-vous soudain besoin de faire une réunion ? Nous avons des points de rencontre uniques pour votre équipe. Un petit creux ? Un grand choix de boissons et de collations est offert. Votre téléphone aurait-il besoin d'être recharger ? Les prises et les chargeurs foisonnent !

En nouveauté cette année, nous avons créé un point de rencontre technologie où vous découvrirez les grandes technologies de l'avenir. Vous ne voudrez pas manquer cela !

Sponsor de la session :



### **Laboratoire d'innovation | Pavillon River, Niveau 4**

Dimanche 15 janvier	10h00 - 15h00
Lundi 16 janvier	8h00 - 17h00
Mardi 17 janvier	8h00 - 17h00

Dès le départ, le Laboratoire d'innovation s'est toujours concentré sur les produits et les technologies qui inspirent les marques à innover, et les clients à acheter. Il y a eu une forte demande pour une innovation accrue, et pour des technologies plus futuristes et plus créatives. Et NRF a répondu. Ce qui était jadis un petit stand caché au milieu de l'un des étages de l'EXPO occupe à présent le milieu de la scène dans le Pavillon River au niveau 4 du Centre Javits. Cette année, le Laboratoire d'innovation se concentre sur la robotique, le prêt-à-porter, l'impression en 3D et AR / VR.

## **Exposés au Laboratoire d'innovation**

Ces exposés super rapides regroupent les produits semblables tous ensemble. Chaque Participant du Laboratoire d'innovation a en tout et pour tout 7 minutes pour réussir à vous impressionner avec des renseignements concernant son produit, suivi par une session de Q & R avec animateur, durant laquelle nous nous pencherons plus en profondeur sur la façon dont ces produits sont en train de changer l'avenir de la vente au détail. *Horaire susceptible de changements.*

### **Dimanche 15 janvier**

10h30– 11h30 | Prêt-à-porter

11h45– 12h45 | Prêt-à-porter

14h00– 15h00 | AR / VR

### **Lundi 16 janvier**

11h30– 12h30 | Drones

12h45– 13h45 | Intelligence artificielle

14h00– 15h00 | Robotique

### **Mardi 17 janvier**

11h30 – 12h30 | Technologie intelligente (automobiles, chez soi, etc.)

12h45 – 13h45 | Prêt-à-porter

14h00 – 15h00 | À déterminer

## ***Développé en partenariat avec XRC Labs***

Sponsor de la sess:



### **Visites de l'EXPO | Hall EXPO**

Dimanche 15 janvier            10h30 - 15h00

Lundi 16 janvier                9h30 - 17h00

Mardi 17 janvier                9h30 - 17h00

Ces visites de l'EXPO ont pour but de vous aider à vous orienter parmi le large éventail de produits et de technologies disponibles à l'EXPO. Les visites durent 2 heures, sont limitées à 20 personnes par visite (détaillants uniquement) et ne sont disponibles qu'en langue anglaise. Les visites comportent des frais supplémentaires de 175 dollars américains. Les heures de visite spécifiques peuvent être choisies au moment de [l'inscription](#).

### **Les visites comprennent:**

Visite des essentiels des petites entreprises (15 janvier)

Visite des grandes données & impressions clients (15-17 janvier)

Visite du parcours du nouveau client de la vente au détail (15-17 janvier)

Visite du e-commerce & de l'omnicanal (15-17 janvier)

***Les Visites de l'EXPO sont développées par les consommateurs en mouvement***

## **L'allée « food trucks » | Hall Sud (au-dessus de la Hall E), Niveau 2**

Dimanche 15 janvier                    11h30 – 13h30  
Lundi 16 janvier                        11h30 – 13h30  
Mardi 17 janvier                        11h30 – 13h30

Les « food trucks » sont de retour ! Tout le monde sait bien que les « food trucks » font de la très bonne cuisine, et rapidement. Et c'est la raison pour laquelle nous invitons un choix des meilleurs camions de la ville. L'allée « food trucks » est située au niveau 2 du Centre Javits, devant le Hall Sud.

### **Dimanche 15 janvier 2017**

8h00 - 8h30

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

#### **Pause café-séance magistrale**

Vérité café N° 1 : Une séance magistrale et un petit café sont la meilleure façon d'entamer la matinée. Accessible aux Participants munis d'un laissez-passer de Conférence intégral.

Sponsor de la session :



8h30 - 8h40

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

#### **Discours de bienvenue du Président NRF**

Intervenants : **Kip Tindell**, Président, National Retail Federation,  
Co-Fondateur et Président, The Container Store

8h40 - 9h30

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

#### **Bâtir la main d'œuvre de l'avenir : la façon dont les détaillants attirent et retiennent les talents**

Le secteur du détail constitue le secteur employeur privé le plus grand aux États-Unis, fournissant près d'un emploi sur quatre. Depuis 2012, l'emploi de la vente au détail a connu un essor d'un million et demi d'emplois, et l'on s'attend à ce qu'il s'accroisse d'encore presque un million jusqu'en 2022. Le nombre de personnes engagées ne suivant pas le rythme de cet essor des emplois – allié à un manque de compétences en raison des lacunes dans l'éducation et la formation – pèse lourdement sur un secteur qui se raffine au quotidien. Apprenez-en plus auprès de trois PDG éminents du détail qui

discuteront des priorités de planification de la main-d'œuvre de leurs entreprises, la façon dont ils attirent, développent et retiennent les talents.

Animatrice :

**Mindy Grossman**, Présidente, Conseil d'administration de la NRF Foundation, PDG, HSNi

Intervenants :

**Greg Foran**, présidente y director ejecutivo, Walmart, EE. UU.

**Terry Lundgren**, Chairman and CEO, Macy's, Inc.

**James Rhee**, Executive Chairman and CEO, Ashley Stewart

9h30 - 10h15

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Des données aux délices : Une révolution de l'expérience en magasin basée sur les impressions des clients**

L'ancien adage, « le client est le roi » paraît être plus vrai que jamais. Dans le cadre d'un récent projet de recherche sur le terrain mené par la société Deloitte sur l'expérience en magasin, l'on constate que les détaillants qui sont les gagnants sont ceux qui différencient au niveau de l'expérience client. Ils investissent dans une connaissance intime de la clientèle et livrent alors des interactions dynamiques et profondément personnalisées. En outre, ces données – recueillies sur un large éventail de points de contact client tout au long de l'expérience de shopping – suggèrent que ce phénomène a toutes les chances de s'accélérer au fur et à mesure que les pressions de secteur perturbantes s'accroissent. Au cours de cette séance magistrale, les plus grands cadres de la vente au détail provenant de segments du secteur variés partageront les métriques d'importance qui influencent et mesurent les expériences à grand impact. Vous aurez des informations sur des détaillants qui capitalisent sur la force des analyses clientèle pour créer des points de contact organisés, et en fin de compte, mieux connaître leur clientèle. Venez vous joindre à nous alors que nous explorons le lien entre les impressions clients émergentes, et les délices des clients en magasin.

Animateur :

**Rod Sides**, Vice Président, Leader vente au détail et distribution U.S., Deloitte LLP

Intervenants :

**Mike Mauler**, Vice-Président Directeur et Président, GameStop International, GameStop Corporation

**Colin Watts**, Directeur Général et Enthousiaste principal à la santé, The Vitamin Shoppe

Sponsor de la session:

**Deloitte.**

10h00 - 15h00

Infos de base

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Niveau 1 et 3

## Ouverture du Hall EXPO

La cour de récréation de la technologie de la vente au détail a ouvert ses portes ! Essayez les technologies de l'avenir, et passez à la loupe les expériences et les connaissances sans pareilles de plus de 510 fournisseurs de solutions.

10h15 - 10h45

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

## Comment transformer les nouveaux clients en bons clients

Piste : Expérience en petite entreprise

### *L'Expérience en petite entreprise est **gratuite** pour les détaillants.*

Les détaillants indépendants de taille restreinte possèdent un avantage certain sur les grandes chaînes en ce qui concerne la création de relations personnelles avec leur clientèle. Après tout, la vente au détail a été fondée sur les relations humaines, à partir du petit magasin du coin. Venez vous joindre à l'auteur de best-sellers et l'expert de rétention de la clientèle de longue date, Richard Shapiro, qui vous fournira des recommandations et des outils innovants faciles à mettre en pratique. En ce qui concerne les détaillants, il est à présent temps de changer l'ancien paradigme qui consistait simplement à se soucier des ventes du moment, pour se tourner également vers les stratégies qui permettent aux détaillants de revoir ces clients le lendemain. Le traitement de l'effectif en tant qu'arme stratégique au lieu de frais associés aux affaires, nécessite des outils nouveaux et innovants, ce qui ira engendrer de nouvelles relations personnelles.

Intervenants :

**Richard Shapiro**, Président, Le Centre de rétention clientèle

Sponsor de la session :



10h30 - 11h00

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

## Comment réussir dans le contenu et le commerce

Sponsor : **CoreMedia**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

## La concurrence avec le contenu : acquérir des clients, améliorer la fidélité, et accroître les ventes

Sponsor : **Enterworks**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

## Les détaillants satisfont-ils aux besoins mobiles des clients ? Une étude mondiale le nie

Sponsor : **DMI**

10h45 - 11h30

Podium principal

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall évènements spéciaux, Niveau 1

### **Se mondialiser : introduire votre marque sur de nouveaux marchés, Partie 1**

Piste : Vente mondiale au détail

Vous vous rapprochez donc de la maturité dans votre marché d'origine. Quelle est la prochaine étape ? Fait notoire bien connu de tous les détaillants qui s'embarquent sur une quête internationale, introduire une marque qui a réussi au niveau national sur de nouveaux territoires entraîne une série de nouveaux défis et décisions.

Dans la première partie de notre manuel de croissance mondiale, trois détaillants qui ont effectué une transition réussie de leur marque du niveau national au niveau mondial – Hobbs, T2 Tea et Boticario Group – partageront leurs conseils personnels de ce qu'il faut et ne faut pas faire dans le cadre d'une expansion au niveau international. Depuis le choix du pays où s'accroître, jusqu'à une compréhension de la démographie et du comportement des clients dans les nouveaux territoires, cette session va vous guider dans votre propre stratégie d'expansion internationale.

Assurez-vous de participer à la 2<sup>ème</sup> partie de « Se mondialiser » le mardi 17 janvier à 14h30, Hall E, Salle 1E 07, Niveau 1, pour des impressions sur l'expansion en Asie.

Animateur :

**Alberto Serrentino**, partenaire fondateur, vente au détail Varèse

Intervenants :

**Artur Grynbaum**, PDG, Boticario Group

**Meg Lustman**, PDG, Hobbs

**Darren Williams**, Directeur international, T2 Tea

10h45 - 11h30

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 14, Niveau 1

### **Passion, personnalité et endroit : faire revivre l'expérience en magasin**

Piste : le magasin de vente au détail

Passion, personnalité et endroit sont en évolution en tant que catalyseurs créatifs pour faire revivre l'expérience en magasin. Cessez donc ce régime constant de rabais et joignez-vous à tous les détaillants qui ont trouvé de meilleures solutions pour avoir du monde et maintenir les niveaux de résultats. Trois leaders de la vente au détail vont examiner la façon dont ils ont bâti leurs relations de marque avec leur clientèle : Matey Erdos démontre la façon dont Sundance communique la passion de Robert Redford pour célébrer les artistes et les artisans, David Levin de DXL offre une perspective située dans un concept de superstore tout inclusif, et Lauren Haydel de Fleurty Girl livre de la personnalité en partageant ses efforts de base pour célébrer la vie à la Nouvelle-Orléans.

Intervenants :

**Matey Erdos**, Président et PDG, Sundance Holdings Group, LLC

**Lauren Haydel**, PDG et Plieuse de t-shirt, Fleurty Girl

**David Levin**, Président et PDG, Destination XL Group, Inc.

**Ken Nisch**, Président, JGA

10h45 - 11h30

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 16, Niveau 1

### **L'acheteur, le social et l'art de l'influenceur**

Piste : vente au détail radicale

Il ne suffit plus actuellement de se fier uniquement aux canaux de sa propre marque pour arriver à convertir des clients et à inspirer la fidélité dans la marque. Les partenariats avec les grands influenceurs au service d'un public engagé sont devenus un élément essentiel du marketing de la vente au détail au niveau mondial. Ces collaborations accroissent la portée de la marque, projettent l'authenticité et tirent parti de la popularité des canaux sociaux des influenceurs.

Au cours de cette session, nous discuterons les pour et les contre de ces relations et l'importance de demeurer « humain » et authentique.

Intervenants :

**Vicki Cantrell**, Ancienne SVP, Directrice communautés et cadre, Shop.org, stratégies d'affaires transformatives

**Melissa Davis**, Vice Présidente cadre et Dirigeante Générale, ShopStyle

**Abigail Posner**, Chef à la planification stratégique, The Zoo, Google

10h45 - 11h30

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1A 10, Niveau 1

### **Redéfinir « Mobile »**

Piste : Marketing & Publicité

Notre téléphone n'est pas réellement un dispositif mobile. Bien sûr, s'il se trouve dans votre poche, il se déplacera en même temps que vous. Mais si vous le posez, il restera posé sur votre table tandis que vous vous éloignez. Au fur et à mesure que nous passons dans une ère de facteurs de formes mobiles de plus en plus divergents, de nouveaux médiums complètement nouveaux sont en train d'émerger, qui permettent une réalité virtuelle et augmentée. Les détaillants doivent se concentrer sur le client : le rencontrer là où il ou elle se trouve, que ce soit sous forme de raffinement des contenus, ou de la mise au point de moments faciles à magasiner. Au cours de cette session, rencontrez les marques les plus avancées du secteur, et écoutez leur approche concernant le mobile. Recevez des impressions exclusives sur leurs derniers succès en date, leurs derniers échecs, et les leçons qu'ils ont apprises.

Animateur :

**Healey Cypher**, PDG et Fondatrice, OAK

Intervenants :

**Jerry Hum**, Co-Fondateur et PDG, Touch of Modern

**Chris Mason**, PDG et Co-Fondateur, Branding Brand

**Jamie Oviden**, Dir., informatique numérique et au détail, Arcadia Group Ltd.

11h00 - 11h45

Séance de discussion



Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement  
Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

### **Se concentrer sur le client : la navigation à travers les moments de croissance**

Piste : Expérience de petite entreprise

#### ***L'Expérience en petite entreprise est gratuite pour les détaillants.***

Que ce soit remporter un grand contrat de distribution avec un détaillant de taille, attirer l'attention des médias nationaux ou décrocher un endossement à influence, Jomaree Pinkard (Hella Bitters), Robin Helfand (Robin's Candy) et John Cafarelli (Ernest Supplies) ont manié avec dextérité à la fois les opportunités et les problèmes qu'une croissance rapide est susceptible de présenter pour un commerce. Joignez-vous à eux tandis qu'ils partagent leurs impressions et des astuces incroyables pour mettre sur pied une équipe gagnante, développer un plan de croissance stratégique et s'y dévouer, financer l'agrandissement du commerce, et gérer l'expansion depuis le commerce en magasin jusqu'au commerce numérique, et vice versa. À l'aide de développements de produits et de l'évolution de leurs sociétés de façons uniques et parfois non conventionnelles, ces propriétaires de commerce ont découvert des manières innovantes de rester concurrentiels.

Intervenants :

**John Cafarelli**, Président et Fondateur, Ernest Supplies

**Robin Helfand**, Directrice en douceur et propriétaire, Robin's Candy

**Jomaree Pinkard**, Co-Fondateur, Hella Entreprise

Sponsor de la session:



11h30 - 12h30

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

### **Les 5 meilleures astuces pratiques pour réduire les frais d'envoi dans le secteur de la vente au détail**

Sponsor : **Bottom Line Experts**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

### **Application d'entreprise de vente au détail pour les analyses BI de vente au détail : gestion des activités et des tâches avec la messagerie de groupe de travail**

Sponsor : **VoloForce-Smartretail**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

### **Stratégie d'infrastructure composable HPE**

Sponsor : **HPE**

12h00 - 12h30

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Scène EXPO, Niveau 1

### **La cybersécurité pour l'expérience en petite entreprise**

Piste : Expérience en petite entreprise

***L'Expérience en petite entreprise est gratuite pour les détaillants.***

La majorité d'infractions cybernétiques ciblent les organismes les plus petits, et cependant, la plupart des petites entreprises n'ont pas les moyens requis pour se protéger des attaques cybernétiques. En tant que le VP à la sécurité des informations chez Domino, Ethan Steiger donne des directives à des centaines de franchisés au quotidien. Dans cette session, Steiger partagera son point de vue sur les meilleures façons qu'ont les petites entreprises de se protéger au sein d'un monde cybernétique périlleux, et ce, de manière rentable.

Intervenants :

**Ethan Steiger**, VP, sécurité des informations, Domino

Sponsor de la session :



12h00 - 13h00

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

**Déjeuner-Séance magistrale: Le ciel n'est pas la limite : leçons apprises pendant une année passée dans l'espace**  
***Accessible aux Participants munis d'un laissez-passer de Conférence intégral, un déjeuner mise en boîte sera disponible jusqu'à épuisement des stocks.***

Au cours de son année record dans l'espace, Scott Kelly, l'astronaute américain et commandant de l'Expédition 46, a captivé le monde entier tout en jetant les bases de l'avenir des voyages et de l'exploration spatiaux. Et quoique la science se trouvait au centre de l'expédition historique de Kelly, ce sont les leçons humaines et les anecdotes personnelles de ses 369 kilomètres passés à survoler la Terre, et le chemin qui l'a mené à fournir des conseils si uniques et valables sur comment repousser ses propres limites. Fort d'un passé qui illustre la force et la résistance de l'esprit humain, depuis son poste de pilote de chasse dans l'aéronavale américaine jusqu'à celui d'astronaute record, Kelly dévoile les choix et les événements de sa vie qui ont jalonné son parcours. Héros américain dont l'apport à l'humanité est tout autant étendu que ses voyages dans les étendues célestes, Kelly évoque son parcours avec une franchise, un humour et une humilité qui lui sont typiques. Depuis l'esprit de leader ainsi que l'esprit d'équipe nécessaires dans des conditions si rigoureuses, jusqu'aux privations à long terme, étant séparé de ses proches, et de la planète Terre même, Kelly partage une expérience véritablement unique.

Intervenants:

**Capitaine Scott Kelly**, Astronaute américain légendaire et capitaine à la retraite des forces aéronavales américaines

12h45 - 13h15

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

**La vente au détail, c'est partout : pousser la vente au sein d'un monde mobile**

Piste : Expérience en petite entreprise

***L'Expérience en petite entreprise est gratuite pour les Détaillants.***

La société d'aujourd'hui, qui donne priorité au mobile, a changé de façon fondamentale le comportement des consommateurs. Les gens ont plus de choix que jamais sur les endroits où découvrir et acheter leurs produits et services. Au cours de cette session, Katherine Shappley, Directrice petite entreprise d'Amérique du Nord chez Facebook, expliquera comment le mobile a changé le parcours des consommateurs et l'expérience shopping omnicanal. Elle partagera également la façon dont Facebook est positionné de façon unique pour aider les marques de vente au détail à comprendre le comportement des consommateurs, pousser les ventes, et mesurer les résultats.

Intervenante :

**Katherine Shappley**, Directrice régionale de petite entreprise, Amérique du Nord, Facebook

Sponsor de la session:



13h00 - 13h30

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Les données de merchandising et l'engagement mobile : comment améliorer le retour sur investissement du marketing en magasin**

Sponsor : **Shelfbucks**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**L'intelligence, c'est le nouveau sexy : la façon dont Aldo génère des voyages intelligents avec Salesforce**

Sponsor : **Salesforce**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Métamorphose : la façon dont le mobile a transformé le panier**

Sponsor : **Newstore**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Impressions des exposants : une réalisation GloopDoo**

Sponsor : **GloopDoo**

13h15 - 13h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 16, Niveau 1

**#Lovestore: lorsque vous agencez les numériques de la bonne façon**

Piste : Le magasin de la vente au détail

Lorsque la technologie est fusionnée de façon créative et adéquate dans l'environnement du magasin, cela peut avoir un grand impact, qui va permettre à l'implication du client de réussir d'une façon toute nouvelle. Mais où commencer, quelle est la meilleure approche, et quelles petites choses simples pouvez-vous faire tout de suite ? La stratégie l'emporte toujours sur les gadgets, et pas toutes ces belles

technologies nouvelles ne se valent. Des intervenants de chez Samsung, WithMe et EY vont partager avec vous comment ils ont réussi à créer le bon équilibre pour s'engager, personnaliser et combler l'écart qui existe entre l'expérience et la convénience pour améliorer l'expérience en magasin. Ils montreront la façon dont les technologies en magasin, lorsqu'elles sont agencées de la bonne façon, peuvent aider à attirer une clientèle accrue, rehausser la fidélité et augmenter les dividendes de l'entreprise.

*Présenté par l'Institut de design de la vente au détail.*

Intervenants :

**Jason Chen**, VP, vente au détail et Partenariats, WithMe

**Minson Chen**, Dirigeant au développement d'affaires, vente au détail & affaires verticales du divertissement, Samsung Electronics America, Inc.

**David Takeuchi**, Directeur, Ernst & Young

13h15 - 13h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 07, Niveau 1

### **Recyclage, rebranding : une discussion sur le besoin de la part des acheteurs d'une durabilité au niveau de la vente au détail**

Piste : implication du client

La déontologie des marques compte beaucoup pour les acheteurs. Ils n'achètent pas que de simples produits, ils achètent toute une culture—et la durabilité est un élément essentiel de leur train de vie.

Joignez-vous à notre comité « les guerriers du dernier déchet » y compris la fondatrice de Under the Canopy Marci Zaroff, le grand couturier Daniel Silverstein, et la blogger Lauren Singer, pour une discussion sur un approvisionnement et une production déontologiques, les grands moments de la gestion des déchets, et les stratégies pour être en commerce avec la tribu toujours grandissante de consommateurs qui sont conscients au niveau écologique.

Animatrice :

**Andrea Bell**, Dir., Insight, WGSN

Intervenants :

**Daniel Silverstein**, Fondateur et Directeur Créatif, Daniel-aucun-déchet

**Lauren Singer**, PDG, Trash is for Tossers et The Simply Co.

**Marci Zaroff**, Fondateur, Metawear/Under The Canopy

13h15 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1A 10, Niveau 1

### **"Mondo-localisation :” les raisons pour lesquelles la mondialisation ne signifie pas l'oubli des identités locales**

Piste : Vente au détail au niveau mondial

Tandis que le monde devient de plus en plus une place de marché unique, et que les parties prenantes continuent à mener leurs exploitations en delà des limites

géographiques, il existe cependant toujours ce désir parmi les consommateurs de « rester local ». Des baby-boomers à la génération la plus récente, chaque génération revendique l'achat au niveau local. Alors, comment pousser votre marque au niveau mondial, tout en restant fidèle à vos racines ? Joignez-vous à Massimo Volpe de FIRAE et apprenez comment la mondo-localisation pourrait bien être ce qu'il vous faut.

Intervenants :

**Nicola Farinetti**, PDG, Eataly US

**Massimo Volpe**, VP, POPAIGlobal, Président FIRAE

13h15 - 13h55

Podium principal

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall événements spéciaux, Niveau 1

### **A View From Walmart: How Retailers are Creating Economic Opportunity**

Piste: L'organisation de la vente au détail

Intervenants :

**Kathleen McLaughin**, Directrice en chef à la durabilité et Présidente, Walmart, the Walmart Foundation

**Jerry O'Brien**, Executive Director, Kohl's Center for Retailing

13h15 - 13h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall A, Salle 1E 14, Niveau 1

### **Les magasins de l'avenir : des startups radicaux qui transforment la vente au détail en magasin**

Piste : Vente au détail radicale

De même que nombre d'autres secteurs, le secteur de la vente au détail fait face à des technologies perturbantes qui altèrent de façon radicale leurs modèles d'affaires. Ce comité de détaillants radicaux discutera de la façon dont les consommateurs ont changé, et comment l'influence des nouvelles technologies telles la réalité augmentée, l'intelligence artificielle, la réalité virtuelle, et même la robotique changent la façon dont les consommateurs font leur shopping, les rapports qu'ils ont avec les marques, et ce qui motive leurs décisions d'achat. Ces détaillants perturbants et qui réussissent discuteront également le rôle que les grandes données jouent et la façon dont faire la concurrence à l'échelle mondiale.

Intervenants :

**Veronika Harbick**, Co-Fondatrice et PDG, Thursday Finest

**Jeff Hoffman**, Co-Fondateur et Directeur, ColorJar

**Karen Moon**, Co-Fondateur et PDG, Trendalytics

**Monica Phromsavanh**, PDG et Co-Fondatrice, MODABOX

**Neha Singh**, Fondateur et PDG, Obsess

13h30 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

**Votre arme secrète : effectuez votre vente au détail avec personnalité**

Piste : Expérience en petite entreprise

**L'Expérience en petite entreprise est gratuite pour les détaillants.**

Durant toute son histoire, le secret du succès de la vente au détail a toujours été, « produit, produit, produit. » Apprêtez-vous à changer votre façon de voir les choses et joignez-vous à la chercheuse et l'écrivain Pam Danziger qui réduit la nouvelle expérience de vente au détail sur la base de « les individus, les individus, les individus. » Puis voyez comment la marque de train de vie, Beekman 1802, a personnalisé l'expérience shopping -- depuis les produits jusqu'à l'approche des individus -- et apprenez la raison pour laquelle le succès dans le domaine de la vente au détail à l'heure actuelle dépend moins de ce que vous vendez, et plus de la façon comment vous le vendez.

Intervenants :

**Pamela Danziger**, Présidente, CTO et co-fondatrice, Unity Marketing

**Brent Ridge**, Fondateur, Beekman 1802

Sponsor de la session :



14h00 - 14h45

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Oubliez ce que vous savez : pensées des nouvelles plateformes de e-commerce pour 2017**

Sponsor : **Broadleaf Commerce**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Walmart offre une expérience client améliorée pour les besoins de shopping hebdomadaires**

Sponsor : **Stibo Systems**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Analyses prescriptives, apprentissage machines, et l'Internet des choses**

Sponsor : **Profitect**

14h15 - 14h55

Podium principal

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall événements spéciaux, Niveau 1

**Atteindre un niveau d'exploitation exceptionnel dans une ère des changements radicaux**

Piste : Le magasin de la vente au détail

Le rythme de l'innovation technologique et des demandes croissantes de la clientèle suscite des changements d'exploitations importants dans le rôle même du magasin et de sa place en tant que centre focal de l'engagement. Joignez-vous à Michael Relich, COO, de Crate & Barrel et à un comité de détaillants leaders tandis qu'ils partagent leur expérience sur les méthodes de modernisation des protocoles et des procédures pour

atteindre un niveau d'exploitation exceptionnel dans une ère de changements de fond.

Intervenants :

**Michael Relich**, COO, Crate & Barrel

**Kacey Sharrett**, VP, Exploitation numérique, Barnes et Noble

**Rich Stefani**, VP, Informatique, Smart & Final Stores

14h15 - 14h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 14, Niveau 1

### **La façon dont les données vont remplacer les rabais : les leçons de Uber, Point 93 et Orchard Mile**

Piste : Vente au détail radicale

Fini les temps où les détaillants et les marques parlaient au client. Actuellement, toutes les conversations doivent être dynamiques et interactives, car les acheteurs souhaitent être connus – et se sentir respectés.

Joignez-vous donc à Uber, Point 93 et Orchard Mile pour une table ronde sur le sujet du nouveau climat des marchés dynamiques et des communications. Se basant sur leur propre expérience, nos experts vont analyser le rôle de la personnalisation des expériences des acheteurs, en optimisant les stratégies des revenus, améliorant les décisions de marchandisage et en accroissant la fidélité.

Ils se pencheront également sur la façon dont ce dialogue basé sur les données est susceptible de mettre fin aux méthodes de rabais, jetant les bases pour une expérience de shopping plus pertinente.

Intervenants :

**Jennie Baik**, PDG et Co-Fondatrice, Orchard Mile

**Garrett van Ryzin**, Directeur au développement avancé de l'optimisation du marché, Uber

**Samantha Zirkin**, PDG, Point 93

14h15 - 14h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 07, Niveau 1

### **L'avenir de la publicité : définition des nouvelles règles de l'implication du client**

Piste : Marketing & Publicité

Joignez-vous aux experts PSFK tandis qu'ils présentent un rapport des découvertes du rapport l'« Avenir de la publicité ». Scott et Piers partageront leurs impressions concernant le monde mouvant de l'engagement des consommateurs et offriront des stratégies fondées sur le contenu, le contexte, la communauté et la collaboration, tout en abandonnant l'univers des médias onéreux de haut de gamme. Tandis que les formats publicitaires traditionnels tels l'impression, les messages télé et les bannières web perdent de leur impact et de leur pertinence, les entreprises sont obligées de repenser le marketing en tant que relation basée sur la valeur entre consommateurs et entreprises. En examinant une nouvelle catégorie d'outils numériques immersifs et interactifs, l'« Avenir de la publicité » offre un manuel de formation pour que les marques parviennent à concentrer leur publicité numérique en tant que vastes options

d'engagement pour leur public.

Intervenants :

**Piers Fawkes**, Fondateur et Président, PSFK

**Scott Lachut**, Président, Research et stratégie, PSFK

14h15 - 14h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1A 10, Niveau 1

### **L'innovation dans le e-commerce : la clé de survie du détaillant**

Piste : implication du client

La génération la plus récente se transforme rapidement en la génération possédant le plus grand pouvoir d'achat, et sa connectivité accrue rend l'environnement de la vente au détail plus complexe. Elle demande rapidité, convénience, expérience et valeur d'entreprises telles que Uber et Netflix à chaque transaction. Comment les détaillants traditionnels peuvent-ils faire concurrence ? Cette session va examiner en profondeur les innovations émergentes des modèles d'affaires du e-commerce en ayant recours à RocksBox, un détaillant leader fondé sur les abonnements, et Boxed, un modèle de livraison de supermarché en gros sur demande, comme exemples. RocksBox et Boxed s'associeront à deux investisseurs d'avant-garde pour discuter de ce qui constitue un modèle de réussite dans l'environnement du e-commerce actuel -- et ce que l'avenir promet pour la vente au détail.

Intervenants :

**Chris Farmer**, Fondateur et PDG, SignalFire

**Chieh Huang**, PDG et Co-Fondateur, Boxed Wholesale

**Meaghan Rose**, PDG et Fondatrice, RocksBox

**Zaw Thet**, Partenaire fondateur, Signia Venture Partenaires

14h15 - 14h55

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall A, Salle 1E 16, Niveau 1

### **Efface-toi, mondialisation : la vente au détail communautaire fait son apparition**

Piste : Vente au détail au niveau mondial

Tout d'abord, le e-commerce fut. Puis arriva la domination mondiale. Actuellement, nous avons la vente au détail communautaire.

Cette troisième vague de mondialisation motive les détaillants à établir un tracé au niveau international, tout en bâtissant en même temps des relations avec la clientèle locale.

Au cours de cette session, deux leaders du mouvement de la vente au détail communautaire partageront leurs secrets en engageant des acheteurs par le biais d'initiatives locales pertinentes.

La marque de sport chic Sweaty Betty discutera de la façon dont elle a recours à des événements de sport en magasin pour accroître l'Auditoire numérique natif de sa marque. Pendant ce temps, Hammerson PLC – propriétaires de 21 centres commerciaux en Europe – se penchera sur la tendance croissante du « shopping-



divertissement », et comment cette dernière fusionne la vente au détail, les loisirs et le numérique pour ajouter de la valeur client.

Animateur :

**Ian Jindal**, Éditeur en chef, vente au détail sur Internet

Intervenants :

**Sophie Ross**, Chef de groupe aux multicanaux, Hammerson

**Erika Serow**, Présidente et PDG U.S., Sweaty Betty

15h15 - 16h00

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Adapter l'expérience client du 21e siècle**

Les deux faces d'une même pièce sont capables de soutenir une mission identique : donner aux clients ce qu'ils désirent réellement. D'un côté, les nouvelles technologies créent un environnement en ligne qui pousse l'expérience en permettant aux consommateurs de personnaliser les produits contenant les détails exacts qui vont à leur personnalité et leurs préférences personnelles. De l'autre côté, les détaillants organisent une expérience ayant recours à des décors de produits inimitables fondés sur le style des consommateurs, l'occasion et l'humeur. En fin de compte, chaque approche soutient respectivement les modèles d'affaires uniques et innovants de Shoes of Prey et INDOCHINO. Joignez-vous aux fondateurs de ces deux marques de mode jeunes et puissantes pour entendre ce qu'ils pensent de l'avenir de la personnalisation, et de l'art de parfaire l'expérience client. Jodie Fox, co-fondatrice et PDG de Shoes of Prey se penchera sur l'impact de remettre des technologies 3D et autres outils dans les mains de ses clients, que ce soit des célébrités ou du mordu commun de la chaussure, pour qu'ils puissent créer un paradigme de shopping à leur propre goût. Drew Green, PDG et Directeur d'INDOCHINO va discuter de la façon dont associer l'expertise de couture traditionnelle à une plateforme numérique dynamique, une chaîne d'approvisionnement intégrée verticalement et une production « one-to-one » en masse va résulter dans l'ajustement et les finitions très personnalisées auxquels les consommateurs s'attendent dans d'autres parties de leurs vies.

Animatrice :

**Linda Kirkpatrick**, Vice Présidente Cadre, Développement de marché, U.S., Mastercard

Intervenants:

**Jodie Fox**, Co-Fondatrice et Directrice principale à la créativité, Shoes of Prey

**Drew Green**, Directeur Général, INDOCHINO

Sponsor de la session:



17h00 - 18h30

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Marriott Marquis, 8e et 9e étages

## Réception d'ouverture

La grande réception ? Vous l'avez deviné ! Vous verrez et serez vu(e) et bien sûr, vous pourrez déguster de délicieux petits encas et savourer des boissons délectables. Accessible à tous les types de laissez-passer, ajoutez cet évènement à votre liste de choses à faire au BIG Show.

## Lundi 16 janvier 2017

7h00 - 8h15

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 22, Niveau 1

### **Petit-déjeuner à l'aurore : le défi CIO - le budget informatique redéfini pour le numérique**

***Par invitation uniquement pour détaillants.***

Ce petit-déjeuner briefing, sponsorisé par Tata Consultancy Services, présentera de nouvelles recherches sur les endroits où les leaders investissent dans le numérique et la façon dont ils justifient ces initiatives. Venez en apprendre des analystes du IHL Group Jeff Roster et Greg Buzek, tandis qu'ils partagent une nouvelle perspective sur l'écart d'innovation technologique dans le monde de la vente au détail [Technologie Innovation Gap In Retail (TIGIR)] et révèlent les défis dramatiques auxquels les dirigeants de la vente au détail font face en contrôlant les budgets d'informatique traditionnels tandis qu'Amazon fait pression pour étendre sa propre influence. En outre, la session comprendra une table ronde où les détaillants et les analystes passeront en revue des exemples d'innovations numériques concentrées sur le client et les réactions initiales aux innovations et aux technologies constatées au BIG Show.

Intervenants :

**Greg Buzek**, Président, IHL Consulting Group

**Jeff Roster**, VP, stratégie, IHL Group

Sponsor de la session :



8h00 - 8h30

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Pause café-séance magistrale**

Vérité café N° 2. Le café, c'est la preuve que le matin a été créé pour une bonne raison. Accessible aux participants munis d'un laissez-passer de Conférence intégral.

Sponsor de la session :



8h30 - 9h00  
Séance magistrale  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Discours d'ouverture du Président et PDG NRF : L'état du NRF et le secteur de la vente au détail**

Intervenants :  
**Matthew Shay**, Président et PDG, National Retail Federation

9h00 - 10h00  
Séance magistrale  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Un engagement de marque infaillible durant une ère de perturbation et de réinvention continue : une conversation intime avec Sir Richard Branson**

Comment bâtir et faire durer une fidélité de marque par ces temps agités ? Sir Richard Branson, le fondateur iconique de la marque Virgin, a bâti tout un empire qui est synonyme avec perturbation créative. Ayant débuté avec ce qui n'était alors qu'une petite entreprise de vente par correspondance qui s'est transformée dans le label indépendant Virgin Records, Sir Richard a exploré les possibilités que les autres dédaignaient, s'attaquant avec succès à des piliers du secteur bien établis et possédant un bien meilleur support financier tels qu'EMI et British Airways. Il a eu recours à un sens aigu des affaires souvent contre-intuitif pour bâtir des marques que les consommateurs ne peuvent s'empêcher d'adorer, débutant plus de 400 entreprises de marque. Au cours de cette conversation intime, Sir Richard partagera, en collaboration avec le Co-Fondateur et Président du The Container Store Kip Tindell, ses impressions sur la façon dont inspirer une affinité profonde avec la marque, susciter l'agilité en affaires, et restant toujours à la pointe de l'innovation et des perturbations plus de 40 ans après la création de Virgin. Joignez-vous à nous et apprenez des leçons clés de dirigeant auprès de la personne la plus notoirement suivie de LinkedIn et qui a bâti des commerces à succès au sein de secteurs multiples. Assurez-vous bien de le suivre sur twitter @richardbranson et de lire son blog sur le site Web virgin.com.

Intervenants :  
**Sir Richard Branson**, Fondateur, Virgin Group  
**Kip Tindell**, Président, National Retail Federation, Co-Fondateur et Président, The Container Store

9h00 - 17h00  
Infos de base  
Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement  
Emplacement : Hall EXPO, Niveau 1 et 3

### **Ouverture de la Hall EXPO**

La cour de récréation de la technologie de la vente au détail est ouverte ! Faites l'essai des technologies de l'avenir, et passez à la loupe les expériences et les connaissances sans pareilles de plus de 510 fournisseurs de solutions.

9h15 - 10h00

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**La façon dont les meilleurs détaillants se servent des données de pointe pour pousser l'innovation**

Sponsor : **APT, une société MasterCard**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Faites et gardez la promesse client !**

Sponsor : **Commerce Enspire**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Impressions des exposants : une réalisation Hughes**

Sponsor : **Hughes**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Solutions vente au détail intelligentes : le grand changement**

Sponsor : **CDW**

10h00 - 10h45

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

**Pousser la transformation de la vente au détail : la façon dont les données et les technologies intelligentes et connectées livrent d'incroyables expériences client**

Sous-tendant beaucoup des avancées du secteur de la vente au détail, les données font de plus en plus accéder l'expérience client à de nouveaux niveaux et aident à livrer la fidélité de marque. Activées par une technologie connectée, ces données génèrent la plupart des perturbations actuelles dans la vente au détail, facilitant les impressions pour livrer des expériences personnalisées et occasionner d'excellents résultats d'affaires. Le PDG d'Intel Brian Krzanich et des leaders visionnaires de la vente au détail vont explorer les implications d'un monde intelligent et connecté où presque tout devient numérisé, et les innovations qui en découlent apportent d'immenses opportunités à un secteur de vente au détail perturbé. Ces intervenants célèbres vont démontrer la façon dont le secteur est en train de subir des transformations sans précédent, et comment ces transformations apportent de nouvelles expériences incroyables pour les détaillants tout comme pour les consommateurs. Krzanich va discuter comment les détaillants peuvent pousser des méthodes harmonieuses vers des solutions connectées, poussées par les données pour en arriver à une expérience client plus engageante, une hausse des ventes, et un coût d'exploitation diminué. Passez le seuil, et visionnez le monde en transformation de la vente au détail – en magasin, chez vous, en ligne et n'importe où/n'importe quand les consommateurs et les détaillants font des transactions.

Intervenants :

**Carrie Ask**, Vice Présidente cadre et Présidente, vente au détail mondiale, Levi Strauss & Co.

**Brian Krzanich**, PDG, Intel

Sponsor de la session :



10h15 - 11h00

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Qu'est-ce qui compte le plus ? The IBM Customer Experience Index with 1-800-FLOWERS.com**

Sponsor : **IBM**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**À l'intérieur du magasin d'AUJOURD'HUI**

Sponsor : **STRATACACHE**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Faisons face à l'avenir : les tendances de la tarification et des promotions pour 2017**

Sponsor : **Revionics**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Bâtir une vision unique du client**

Sponsor : **SAP**

10h15 - 11h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

### **Laboratoire d'innovation 2.0: Life Changing Technologies**

Piste : Vente au détail radicale

Quelles sont les technologies qui vont influencer nos vies en 2025 ? La NRF a demandé à certains des plus grands technologues de nous prédire ce dont nous allons nous servir. Soyez donc prêt/e à aller en profondeur dans des segments variés pour voir ce que l'avenir vous réserve. Bien sûr, nous voyons des drones actuellement, mais quel sera leur impact sur notre vie au quotidien dans quelques années, et comment y arriverons-nous ? Oui bien sûr, nous nous servons du prêt-à-porter, mais quand est-ce que nos habits de bases seront du « prêt-à-porter » sans que nous ne nous servions de ce terme ? De quoi aura l'air l'empreinte d'AI ? De quoi les robots auront-ils l'air dans quelques années, et parviendrons-nous les distinguer des êtres humains ? Et que voyons-nous à l'heure actuelle qui nous semblera tout à fait normal dans pas bien longtemps ? Nos experts vont vous emmener dans un voyage dans le futur et définiront quelles sont les barrières actuelles qu'il nous faut changer pour bâtir un avenir futuriste.

Intervenants :

**Pano Anthos**, Fondateur et Directeur gérant, XRC Labs

11h15 - 12h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement  
Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

**Tour à pieds des magasins de vente au détail NYC 2017 avec Eataly et Sonos**

Piste : Le magasin de la vente au détail

***Ce thème fera l'objet d'une session complémentaire avec Kellogg's NYC et Sonos mardi à 14h15, sur la scène de l'EXPO***

Depuis le centre-ville jusqu'au bas de la ville, de Manhattan à Brooklyn, la présentation de la visite en magasin de cette année est très visuelle et donnera un aperçu d'une nouvelle app mobile de plan de tournée avec contenu téléchargeable. Afin d'optimiser votre visite de New York, nous avons inclus trois visites sympas, à savoir de supers innovations dans le domaine de la vente au détail en omnicanal et en technologie, le luxe et la mode, et la vente au détail alimentaire. Des experts de la vente au détail représentant les plus grands magasins de la ville mettront en lumière certains des plus grands projets de la vente au détail de l'année précédente. Venez connaître les secrets de ce qui crée les meilleures expériences en magasin de New York !

*Recherche de magasin fournie par McMillanDoolittle. Visite en magasin générée par Kurt Salmon Numérique.*

Intervenants:

**Adam Saper**, Partenaire gérant, Eataly

**Neil Stern**, Partenaire Senior, McMillanDoolittle

**Whitney Walker**, GM, Stores, SONOS

11h30 - 12h30

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**La réalisation de la promesse de la centricité-client et de la personnalisation**

Sponsor : **Precima**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**La création d'expériences significatives : l'unification des parcours numériques**

Sponsor : **Wipro**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**La perturbation de la tradition-cadeau : une expérience personnalisée nouvelle pour le e-commerce et le m-commerce**

Sponsor : **CashStar**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Rabais : le virus caché**

Sponsor : **First Insight, Inc.**

11h30 - 12h45

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall événements spéciaux, Niveau 1

## **Déjeuner des Participants**

Nourrissez votre corps et stimulez votre esprit. Joignez-vous à vos collègues pour un déjeuner de réseautage. Accessible aux Participants munis d'un laissez-passer de Conférence intégral.

11h30 - 12h45

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall A, Salle 1A 22, Niveau 1

## **Rencontre vente au détail**

### ***Accessible aux détaillants de Conférence intégrale. Prière de réserver.***

Ajoutez de la dynamique à votre pause déjeuner en créant des liens avec d'autres détaillants ! Cet évènement de réseautage -- **accessible uniquement aux détaillants** -- vous donne la possibilité de créer des liens avec vos collègues et de parler magasin tout en mangeant. Entamez une conversation à l'une des 15-20 tables rondes animées par les leaders du secteur.

Des tables rondes vous permettront de prendre part à des conversations spontanées sur les sujets les plus en vogue de la vente au détail à l'heure actuelle, à savoir : la culture, l'innovation, les laboratoires, la direction, le mentoring, le mobile, les acquisitions de nouveaux clients, la vente au détail de la prochaine génération, l'omnicanal, la structure organisationnelle, les carrières de vente au détail, design de sites et utilité, les médias sociaux, et les chaînes d'approvisionnement. Seriez-vous nerveux/se d'essayer une nouvelle tactique en ligne ? Écoutez le témoignage de personnes qui sont déjà passées par là. Tenté/e d'accroître votre présence au sein des médias sociaux ? Obtenez des astuces auprès de vos collègues détaillants sur comment ils s'y sont pris.

## **Le déjeuner sera servi jusqu'à épuisement des stocks**

Sponsor de la session:



12h15 - 13h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

## **La génétique de l'Auditoire numérique natif (Répété mardi à 12h15)**

Piste : implication du client

### ***Répété mardi 17 janvier 12h15 - 13h00.***

Faites la rencontre de l'Auditoire numérique natif [Numérique Native Audience (Auditoire numérique natif)] -- la première génération d'acheteurs de l'histoire pour lesquels l'expérience, facilitée par la technologie, a toujours fait partie de leur vie. La vision du monde de l'Auditoire numérique natif -- individuelle, tout en restant toujours connectée au niveau numérique et malléable -- est fondamentalement différente des générations précédentes. Toujours en train d'expérimenter de nouveaux produits ainsi que leurs

propres expressions d'eux-mêmes et de leur identité, ce segment représente l'avenir de la culture des consommateurs -- de par où l'acte de la consommation et la formation de l'identité sont identiques. Apprenez ce que cette nouvelle vision du monde représente pour l'avenir du marquage et de la vente au détail expérientielle.

Intervenants:

**Lee Peterson**, Vice-Président Directeur, marques, stratégies et design, WD Partenaires

12h45 - 13h15

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Décryptage du client 2017 exigeant au niveau numérique**

Sponsor : **Kibo**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Contexte. contenu. que de monde : le triangle de la puissance du marketing moderne en temps réel**

Sponsor : **SmartFocus**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**La façon dont Bonobos pousse la vision omnicanaux avec mPOS et l'art de la clientèle**

Sponsor : **FitForCommerce**

13h15 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 14, Niveau 1

**L'index de la dévotion à une marque : les trois caractéristiques des marques les plus populaires**

Piste : implication du client

Le service clientèle est depuis longtemps l'indication de la solidité d'une certaine marque. Mais tandis que nous accumulons les données pour savoir si les consommateurs aiment une certaine marque, combien en savons-nous réellement sur ce qui les pousse à en faire la promotion ? Et si le soutien était enraciné dans un lien émotionnel plus profond, et que les marques pouvaient travailler à la transformation d'un charme accidentel en un lien solide qui soutient les affaires ? Joignez-vous aux experts de la société Kurt Salmon tandis qu'ils révèlent leur nouvel Index de connectivité émotionnelle et écoutez des exemples de vécu sur la façon dont les leaders de la vente au détail soignent les relations consommateurs et, sans se limiter au panier de leurs clients, deviennent partie intégrante de leur vie.

Intervenants :

**Bruce Cohen**, Partenaire Senior, Directeur aux pratiques d'Amérique du Nord, Kurt Salmon US, Inc.

Sponsor de la session:

Kurt Salmon 



13h15 - 14h00

Podium principal

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall évènements spéciaux, Niveau 1

### **Données : la nouvelle devise des commercialiseurs de la vente au détail**

Piste : Marketing & Publicité

Les données sont rapidement devenues l'outil le plus puissant de l'univers du marketing d'aujourd'hui. Pendant que les médias sociaux et autres plateformes numériques prolifèrent, l'analyse des intentions d'achat aide les commercialiseurs à cibler les consommateurs et à contextualiser les offres en temps réel. Apprenez comment les experts de tête de la publicité et du marketing du secteur de la vente au détail sont en train de changer la façon dont ils répartissent les investissements en médias et créent de nouveaux concepts créatifs basés sur les données qu'ils ont obtenues.

Intervenants :

**David Abbott**, VP, Marketing intégré des médias et en ligne, The Home Depot

**Gwen Morrison**, PDG, Les Amériques et l'Australasie, The Store – WPP

**Jeff Rosenfeld**, VP, Perspectives clients et analyses, The Neiman Marcus Group

13h15 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 16, Niveau 1

### **L'aube d'une recherche plus intelligente : la technologie et les rapports en ligne**

Piste : Vente au détail radicale

En 2017, les consommateurs sont forts en technologie, tout en faisant en même temps attention à la façon dont ils dépensent, et où. Cette session vous enseigne un avenir de recherche en ligne plus efficace, au sein duquel les développements technologiques révolutionnaires facilitent la tâche des consommateurs au niveau de la recherche, et créent de nouvelles opportunités d'engagement pour les détaillants. Joignez-vous à deux pionniers qui sont en train de changer la façon dont les détaillants communiquent avec les consommateurs numériques ; Mona, société qui a mis sur pied un assistant personnel de shopping fondé sur l'intelligence artificielle, lequel personnalise les résultats sur la base de la façon dont les utilisateurs effectuent leurs recherches ; et ModiFace, la force qui a rendu les plus grandes campagnes du marché, en réalité augmentée, possibles pour Coty, L'Oréal et Séphora.

Animateur :

**Brian Kilcourse**, Partenaire gérant, recherche des systèmes de vente au détail

Intervenants:

**Parham Aarabi**, PDG, ModiFace

**Orkun Atik**, PDG, Mona

13h15 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 07, Niveau 1

## **Le défi mondial de réinventer le dernier jalon de la vente au détail : impressions de Sainsbury's Argos**

Piste : Vente au détail au niveau mondial

L'accroissement rapide des parcours multicanaux de la clientèle aboutit au besoin de réinventer le dernier jalon. Les détaillants partout dans le monde ont tous adopté des stratégies différentes pour être les lauréats de ce dernier jalon, en livrant par rapport aux besoins des clients tout en générant des rendements sur l'investissement.

Joignez-vous à Anita Balchandani de OC&C Strategy et à Bertrand Bodson de Sainsbury's Argos pour une étude approfondie sur la façon dont obtenir l'expérience multicanaux du dernier jalon. Balchandani dévoilera un nouveau rapport OC&C sur le thème de l'évolution mondiale du dernier jalon, y compris une analyse nationale concernant les obstacles et les solutions de ce dernier jalon. Bodson partagera ses propres perspectives sur comment Sainsbury's Argos est en train de bâtir ses compétences pour livrer des convéniences multicanaux leaders du marché.

Intervenants :

**Anita Balchandani**, Partenaire, OC&C Strategy Consultants

**Bertrand Bodson**, Directeur principal au numérique et au marketing, Sainsbury's Argos

13h15 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

## **Tendances 2017 : Opportunité de vente au détail dans le monde de changement rapide qu'est l'esprit humain (Répété mardi à 10h15)**

Piste : Vente au détail radicale

***Répété mardi 17 janvier 10h15 - 11h00.***

Il semblerait souvent que le monde change plus rapidement que ne peut le supporter l'esprit humain. Cependant, cette rapidité et cette complexité créent de grandes possibilités pour les marques et les détaillants, qui peuvent de ce fait ajouter de la valeur à leurs relations client. Kate Ancketill, PDG de GDR Creative Intelligence va explorer les dernières tendances mondiales du comportement des consommateurs, des modèles économiques, des activités de marque, et d'innovation technologique ; et la façon dont ces tendances sont liées à, et inspirent la vente au détail d'aujourd'hui et de demain. Elle montrera les opportunités de nouveaux genres de pertinence fonctionnelle et émotionnelle de la clientèle qui génèrent immédiatement les ventes, la fidélité et la valeur du client à vie. Allant du général au particulier, y compris des stratégies pratiques de succès, les idées de Kate vous donneront de l'énergie et vous vous sentirez prêt/e à faire face aux défis à venir.

Intervenants :

**Kate Ancketill**, PDG et Fondatrice, GDR Creative Intelligence

13h30 - 14h30

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

## **Profitabilité omnicanaux : attentes de la clientèle et comment y satisfaire**

Sponsor : **Radial**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

### **L'avenir de la formation des associés de magasin**

Sponsor : **Axonify, Inc.**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

### **Compromis par rapport à protection : le face-à-face du « cybercriminel » et du technologue en sécurité réseau**

Sponsor : **SonicWall**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

### **Le secret de la croissance : assembler vos données en douceur (sans blague)**

Sponsor : **1010data**

14h15 - 15h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

## **Marques généreuses 2.0**

Piste : implication du client

Le lien émotionnel avec les acheteurs s'est toujours trouvé au cœur de notre secteur. Voici cinq ans, Fitch a lancé un défi aux détaillants d'assumer leurs responsabilités, et de changer la direction des exploitations et de la culture depuis une concentration unique sur la ligne de fond sur un axe mis sur les responsabilités avec un objectif plus élevé. Il est temps de revenir à ce thème, maintenant que la vente au détail se trouve face à un changement profond : la domination imminente des générations Y et Z à l'horizon du shopping -- dans leur ensemble le plus grand bloc de consommateurs de l'histoire, et de loin le plus conscient du point de vue social. Joignez-vous à nous tandis que le débat évolue de : « devrions-nous en faire plus? » jusqu'à « combien pouvons-nous en faire de plus ? »

Intervenants :

**Tim Greenhalgh**, Président et Directeur principal à la créativité, FITCH

14h30 - 15h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 07, Niveau 1

## **Deloitte met en lumière l'économie et le client mondial**

Piste : Vente au détail au niveau mondial

L'économie mondiale fit l'expérience, en 2016, de turbulences sans précédent avec le Brexit, Zika, les remous politiques, la migration en croissance et le terrorisme. Comment cela a-t-il donc eu un impact sur les consommateurs ? Au cours de cette session spotlight, Dr. Ira Kalish, l'économiste principal mondial de Deloitte, partagera ses impressions de leur 20e rapport annuel « Les pouvoirs mondiaux du secteur de la vente au détail ». Il fournira une perspective économique mondiale, prévoyant comment les tendances - y compris la mondialisation, la déflation et les prix des matières premières - auront un impact sur la croissance ou la perturbation du secteur de la vente au détail au courant de l'année à venir.

Intervenants :

**Ira Kalish**, Économiste mondial principal, recherches Deloitte

13h15 - 14h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall A, Salle 1A 10, Niveau 1

**Pousser la fidélité par le biais de la mobilité cognitive : la façon dont les commercialiseurs de la vente au détail peuvent se servir des automobiles connectées**

Piste : Le magasin de la vente au détail

Vos clients sont au volant de leurs voitures, connectés au moins 46 minutes par jour -- faisant du shopping, dînant, et vivant de plus en plus en pleine activité. La mobilité cognitive transforme ces rituels et remplace les méthodes de messages à sens unique de la radio et de l'extérieur / des panneaux d'affichage avec de délicieux moments interactifs qui réinventent le temps de l'activité. Joignez-vous à une table ronde constituée de leaders de IBM, GM's OnStar, et de leurs partenaires de la vente au détail pour apprendre la façon dont les plus grandes marques sont déjà en train d'effectuer une révolution du temps passé en voiture avec des alternatives concentrées sur le conducteur -- ou le passager -- pour pousser le genre de publicité qui les mènera de leurs voitures jusque dans votre magasin.

Intervenants :

**Mark Lloyd**, Directeur clientèle en ligne, General Motors – OnStar

**Joanna Pena-Bickley**, Directeur principal global à la créativité, IBM Corporation

14h30 - 15h00

Scène en vedette

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall événements spéciaux, Niveau 1

**La façon dont l'équipe de technologie Target est à la pointe du progrès dans le domaine de la transformation**

Piste : l'organisation de la vente au détail

Les façons profondes dont la technologie a révolutionné notre vie de tous les jours, cela signifie qu'il est impératif que les grandes entreprises changent également leur approche en ce qui concerne la technologie. Mike McNamara, le directeur principal à l'information et au numérique chez Target va partager la façon dont il a poussé des changements transformateurs chez Target depuis qu'il s'est joint au détaillant en 2015. Mike expliquera les raisons pour lesquelles la société Target a délaissé le modèle d'externalisation informatique, et pourquoi au contraire elle accroît son propre corps d'ingénieurs et d'experts du numérique. Il discutera comment réorganiser l'entreprise en équipes de produits -- modelant la façon dont les start-ups technologiques fonctionnent - - et se concentrer sur moins d'initiatives de plus grande envergure produit des résultats. Apprenez comment cet angle de concentration, associé avec une culture ingénieuse d'ingénierie est capable de permettre aux détaillants de bâtir une technologie qui dessert mieux les clients actuels et aide à en créer de nouveaux.

Intervenants :

**Mike McNamara**, Vice-Président Directeur et directeur principal à l'information et au numérique, Target

14h30 - 15h00  
Séance de discussion  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall E, Salle 1E 14, Niveau 1

**La vente des anecdotes : comment la convergence de contenu et de commerce bâtit des expériences client qui se vendent**

Piste : implication du client

Lorsque il est bien géré, le marketing de contenu constitue une façon efficace de bâtir des relations de marque authentiques et loyales qui poussent la valeur tant pour le client que pour le détaillant. Mais comment les détaillants peuvent-ils se servir d'anecdotes pour vendre d'une manière qui ajoute de la valeur au consommateur, sans pour autant épuiser leurs ressources ? Au cours de cette session, celles des entreprises qui allient contenu et commerce de façons nouvelles et innovantes partageront leur expérience sur comment obtenir un parfait équilibre. Ils expliqueront également la façon dont les détaillants peuvent développer une marque unique de « vente des anecdotes » qui capitalise sur le meilleur des deux mondes.

Animateur :

**Chris Field**, Director, connections vente au détail

Intervenants :

**Ilkka Alarotu**, Vice Président Senior, S Group,

**Troy Collins**, PDG, Endource Limited

**Amanda Hesser**, Co-Fondatrice et PDG, Food52

**Ryan Ross**, Vice-Président Directeur, Marketing et Numérique Commerce, HSN

14h30 - 15h00  
Séance de discussion  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall E, Salle 1E 16, Niveau 1

**Qui est la Génération Z ? Avec 44 milliards de dollars américains en jeu, il serait dans votre intérêt de le savoir**

Piste : Vente au détail radicale

Voici un fait intéressant concernant la vente au détail : 67 pour cent de la génération qui suit la dernière arrivée, la « Génération Z » préfère la plupart du temps faire ses achats dans un véritable magasin. Étant donné que cette génération détient environ 44 milliards de dollars américains de pouvoir d'achat, ceci est quelque chose que les détaillants devraient considérer dès aujourd'hui. Joignez-vous à Chris Wong d'IBM et à un comité de vente au détail pour obtenir un premier coup d'œil exclusif à une étude de recherche approfondie et révolutionnaire sur la Génération Z. Cette session définira la Génération Z et ses caractéristiques les plus importantes, et fournira également des exemples de détaillants sur la façon dont ils commencent à se lier avec cette unique génération, à l'engager et à l'atteindre.

Intervenants :

**Chris Wong**, VP, stratégie et écosystème, Secteur du client mondial IBM

15h00- 15h45  
Impressions des exposants  
Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Optimisation affaires par le biais d'impressions en temps réel pour détaillants**

Sponsor : **Domo**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Des stratégies de fêtes déballées : en regardant Amazon, Walmart et autres**

Sponsor : **360pi**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Bâtir une organisation mondiale de marchandisage sur 100 pays**

Sponsor : **TXT Retail**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Desservir des clients dans l'ère du commerce cognitif**

Sponsor : **Razorfish**

15h15 - 16h00

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

**La liste – des leaders inspirants façonnent l'avenir de la vente au détail**

Chaque année, la Fondation NRF fait honneur à 25 personnes de *La liste des personnes qui façonnent l'avenir de la vente au détail*. La liste met en vedette de vrais originaux, des stars montantes, des révolutionnaires inspirationnels, des champions de la vente au détail, et les leaders courageux du secteur dont l'imagination à repenser les possibilités de la vente au détail est certaine d'avoir un effet durable. Cette séance magistrale fait honneur à des lauréats de La Liste 2017 issus des catégories Donneur, Perturbateur, Rêveur et Influenceur. Joignez-vous à nous pour entendre les histoires émouvantes de ces lauréats, leurs racines et leurs inspirations, et ce qu'ils prévoient pour l'avenir de la vente au détail.

Intervenants :

**Gunther Bright**, EVP and GM, Merchant Services – US

**Phil Wahba**, Senior Retail Writer, Fortune Magazine

**Michelle Lam**, CEO and Co-Founder, True&Co.

Sponsor de la session :



16h00 - 16h45

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Comblent la faille entre le marketing, les beaux-arts et la science en compagnie**

## **d'AI**

Sponsor : **optimove**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Le client est roi : comment transformer l'expérience en magasin et pousser la performance**

Sponsor : **Multimedia Plus**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Comment les détaillants des véritables magasins peuvent parvenir à gagner contre Amazon sur ses propres termes**

Sponsor : **Celect**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Analyse des omnicanaux : livrer une expérience client optimale**

Sponsor : **SAS**

16h00 - 17h00

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Niveau 1 et 3

## **Happy Hour de l'EXPO**

Il y aura des collations. Il y aura des boissons. Et il y aura plus de 510 fournisseurs de solution prêts à vous impressionner avec des technologies qui sont capables de propulser vos affaires à des sommets dont vous n'auriez même pas pu rêver. Cela met réellement du bonheur dans cette Happy Hour !

## **Mardi 17 janvier 2017**

8h00- 8h30

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

## **Pause café-séance magistrale**

Vérité café N° 3. Un bâillement équivaut à un cri silencieux vers un café. Accessible aux Participants munis d'un laissez-passer de Conférence intégral.

Sponsor de la session :

**acceo**  
**tender retail**

8h30 - 8h45

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

## **NRF's Recognition of the Président of the Board Transition**

Intervenants:

**Mindy Grossman**, Présidente, Conseil d'administration NRF Foundation, PDG, HSNi  
**Kip Tindell**, Président, National Detail Federation, Co-Fondateur et Président, The Container Store

8h45- 9h30

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Le comportement en évolution de la clientèle : vu de l'angle de la Banque de réserve fédérale de New York**

Les consommateurs constituent une force essentielle qui pousse l'économie de notre nation. Leurs comportements sont motivés par un large éventail de facteurs, y compris les revenus, la valeur nette, l'accès au crédit, ainsi que leur confiance en, et leurs attentes concernant les conditions économiques à venir. Depuis la crise financière de 2008, l'utilisation que font les ménages américains des dettes pour financer la consommation a changé de façon dramatique, menant à des changements potentiellement à long terme dans les comportements en ce qui concerne les dépenses. Bill Dudley de la Banque de réserve fédérale de New York va discuter la façon dont le comportement des consommateurs a évolué durant les 10 dernières années, en se concentrant sur la façon dont leurs dépenses ont été financées.

Animateur :

**Terry Lundgren**, Président et PDG, Macy's, Inc.

Intervenants :

**William Dudley**, PDG, Federal Reserve Bank of New York

9h00 - 17h00

Infos de base

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Niveau 1 et 3

### **Accessibilité Hall EXPO**

9h15 - 10h00

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Mettre à profit la circulation en magasin**

Sponsor : **AcheteurTrak**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**La façon dont une façon de penser innovante a aidé à effectuer une certaine entreprise de vente au détail à merakifier leur mission**

Sponsor : **Cisco Meraki**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**La stratégie des analyses des marchands à haute croissance**

Sponsor : **Magento**



Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

## **Trouver la bonne solution : la façon dont la société Express a géré sa transition de technologie**

Sponsor : **Kronos**

9h30 - 11h00

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **La voie rapide BIG du monde de la vente au détail : la vente au détail à la vitesse de la perturbation**

La dernière cohorte de perturbateurs des XRC Laboratoires basés à New York est ici, et nous avons sélectionné les premiers quatre pour qu'ils vous présentent leurs « big » idées sur la façon dont ils voient les changements du secteur par-delà les approches traditionnelles vers à peu près tout, allant de l'implication du client et la personnalisation aux marchés mondiaux et la connectivité client.

**ShopShops** – la Terre n'est pas plate : gagner accès à la géographie de marché émergeant qu'est la Chine en soi-même ne devrait plus limiter l'acheteur passionné épris de marques excentriques. Au cours de cette présentation, la fondatrice et PDG de ShopShops Liyia Wu partagera ce que l'avenir réserve aux marques lorsqu'elles auront accès au marché chinois évalué à 160 milliards de dollars américains, en ôtant l'obstacle actuel de la localisation, et permettant quand même une expérience shopping immersive pour les marques les plus recherchées.

### **Perseus Mirrors** – un monde intelligent vous regarde

Regardez longtemps dans le miroir, et il se peut que vous y trouviez ce qui vous plaît. Le co-fondateur et PDG de Perseus Mirrors, Erik Skantze, discutera l'avenir du chez-soi et du consommateur connectés. Que se trouve-t-il en delà de l'Alexa d' Amazon et le Nest de Google en accédant au partage des connaissances des consommateurs chez eux ? Avec un miroir intelligent en guise de toile de fond, Erik va partager des opportunités vierges où la technologie personnelle de la prochaine génération rencontre l'Internet des choses Things, et la façon dont ce puissant amalgame fournit un noyau central intelligent où les marques et les détaillants peuvent « détenir » les rapports quotidiens avec les acheteurs.

### **Strypes** – l'hyper personnalisation et la révolution moi-commerce

Sous la pression de se présenter constamment de façon nouvelle et intéressante, l'égalité sociale dans le domaine de la mode a passé des étiquettes et des logos à la nouveauté et l'originalité. La co-fondatrice et PDG de Strypes, Alexa Fleischman, va partager la façon dont le shopping de « similitude » et de commodité ne parvient pas à engager de façon adéquate les consommateurs d'aujourd'hui tandis qu'Amazon.com domine les esprits. Elle va explorer les façons de tirer parti de la personnalisation en masse et de bâtir une marque personnelle pour faire la concurrence et gagner des esprits de consommateurs.

### **Banter** – par-delà l'app : se connecter avec vos clients en 2017

Moins de 10 pour cent des clients téléchargent et se servent de vos apps natives. Comment atteindre alors les 90+ pour cent qui ne le font pas ? Le commerce de conversation est l'avenir de la communication client. Joe Beninato, le fondateur et PDG de Banter, illustre la façon dont des clients se connectant avec des détaillants par de simples SMS augmente le volume des ventes et la satisfaction client tout en minimisant les frais de service clientèle.

Animateurs :

**Pano Anthos**, Fondateur et Directeur gérant, XRC Labs

**Leslie Cohen**, Directrice cadre, XRC Labs

Intervenants :

**Joe Beninato**, Fondateur et PDG, Banter

**Alexa Fleischman**, PDG, Strypes

**Erik Skantze**, Co-Fondateur et PDG, Perseus Mirrors

**Liyia Wu**, Fondateur et PDG, ShopShops

10h15 - 11h00

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Capter le moment de la décision : technologie et impressions**

Sponsor : **Cloverleaf**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Que se cache-t-il dans vos données de point de vente ?**

Sponsor: **C-B4**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Comment passer des transactions aux relations : ce sont les données omnicanaux qui ont la réponse**

Sponsor : **Agilone**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Faites-le correctement : comment faire la concurrence et gagner à l'expérience client (CX)**

Sponsor : **ForeSee**

10h15 - 11h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

**Tendances 2017 : Opportunité de vente au détail dans le monde de changement rapide qu'est l'esprit humain (duplicata de session)**

Piste : Vente au détail radicale

Il semblerait souvent que le monde change plus rapidement que ne peut le supporter l'esprit humain. Cependant, cette rapidité et cette complexité créent de grandes possibilités pour les marques et les détaillants, qui peuvent de ce fait ajouter de la valeur à leurs relations client. Kate Ancketill, PDG de GDR Creative Intelligence va explorer les dernières tendances mondiales du comportement des consommateurs, des modèles économiques, des activités de marque, et d'innovation technologique ; et la façon dont ces tendances sont liées à et inspirent la vente au détail d'aujourd'hui et de demain. Elle montrera les opportunités de nouveaux genres de pertinence fonctionnelle et émotionnelle de la clientèle qui génèrent immédiatement les ventes, la fidélité et la valeur du client à vie. Allant du général au particulier, des stratégies pratiques de succès, les idées de Kate vous donneront de l'énergie et vous vous sentirez prêt/e à faire face aux défis à venir.

Intervenants :

**Kate Ancketill**, PDG et Fondatrice, GDR Creative Intelligence

11h15 - 12h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

**Le secret sur la façon dont transformer vos magasins en lieux de rassemblement : l'effet feu de joie**

Piste : Le magasin de la vente au détail

Il y a beaucoup de discussions sur la façon dont la vente au détail est en train de changer, et comment l'argent des consommateurs est détourné vers d'autres canaux en dehors des magasins de la vente au détail et des centres commerciaux, mais il n'existe pas beaucoup de discussions sur ce qui motive véritablement les consommateurs de vouloir acheter à un endroit donné. Au cours de cette session provocante, Kevin Kelley va discuter quelques-unes des raisons moins connues et des raisons qui poussent les gens à aller acheter dans certains endroits et pas d'autres. Selon lui, on met trop d'accent sur les raisons les plus communes, à savoir le prix, le choix, la convénience, et même le service et la qualité -- et pas assez d'accent mis sur ce qu'il appelle « mystique de participation d'endroit ». Kevin va décrire le processus dont il se sert auprès des détaillants pour créer ce qu'il a intitulé l'« Effet feu de joie ». Les endroits qui ont cet effet feu de joie sont capables d'assembler des gens autour de leurs produits et services en raison d'un achat émotionnel de caractère unique qu'ils n'arrivent pas à trouver ailleurs.

Intervenants :

**Stacey Griffith**, Écrivain, Two Turns From Zero, Enseignante master senior, SoulCycle

**Kevin Kelley**, Directeur et Co-Fondateur, Shook Kelley

11h30 - 12h30

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**Par-delà la connectivité : les plus grands détaillants discutent de la transformation des affaires par le biais de la mobilité**

Sponsor : **Aruba**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**La RFID dans le cadre de la vente au détail de mode : la meilleure façon de livrer ce que souhaitent les clients**

Sponsor : **Nordic ID**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Comment l'engagement de l'effectif pousse l'excellence en exploitation chez Shell International**

Sponsor : **WorkJam**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Impressions des exposants : une réalisation Microsoft**

Sponsor : **Microsoft**

11h30 - 12h45

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall D, Hall évènements spéciaux, Niveau 1

### **Déjeuner des Participants**

N'oubliez pas le déjeuner ! Votre estomac a besoin de se nourrir, votre esprit a besoin de se recharger et vos pieds ont sans aucun doute besoin de se reposer. Accessible aux Participants munis d'un laissez-passer de Conférence intégral.

11h30 - 12h45  
Évènement de réseautage  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall A, Salle 1A 22, Niveau 1

### **Rencontre vente au détail**

#### ***Accessible aux Détaillants de Conférence intégrale. Prière de réserver.***

Ajoutez de la dynamique à votre pause déjeuner en créant des liens avec d'autres détaillants! Cet évènement de réseautage -- **accessible uniquement aux détaillants** -- vous donne la possibilité de créer des liens avec vos collègues et de parler magasin tout en mangeant. Entamez une conversation à l'une des 15-20 tables rondes animées par les leaders du secteur.

Des tables rondes vous permettront de prendre part à des conversations spontanées sur les sujets les plus en vogue de la vente au détail à l'heure actuelle, à savoir : la culture, l'innovation, les laboratoires, la direction, le mentoring, le mobile, les acquisitions de nouveaux clients, la vente au détail de la prochaine génération, l'omnicanal, la structure organisationnelle, les carrières de vente au détail, design de sites et utilité, les médias sociaux, et les chaînes d'approvisionnement. Seriez-vous nerveux/se d'essayer une nouvelle tactique en ligne ? Écoutez le témoignage de personnes qui sont déjà passées par là. Tenté/e d'accroître votre présence au sein des médias sociaux? Obtenez des astuces auprès de vos collègues détaillants sur comment ils s'y sont pris.

#### **Le déjeuner sera servi jusqu'à épuisement des stocks**

Sponsor :



12h15 - 13h00  
Séance de discussion  
Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement  
Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

### **La génétique de l'Auditoire numérique natif**

Piste : implication du client

Faites la rencontre de l'Auditoire numérique natif [Numérique Native Audience (Auditoire numérique natif)] -- la première génération d'acheteurs dans l'histoire pour lesquels l'expérience, facilitée par la technologie, a toujours fait partie de leur vie. La vision du

monde de l'Auditoire numérique natif -- individuelle, tout en restant toujours connectée au niveau numérique et malléable -- est fondamentalement différente des générations précédentes. Toujours en train d'expérimenter de nouveaux produits ainsi que leurs propres expressions d'eux même et de leur identité, ce segment représente l'avenir de la culture des consommateurs -- de par où l'acte de la consommation et la formation de l'identité sont identiques. Apprenez ce que cette nouvelle vision du monde représente pour l'avenir du marquage et de la vente au détail expérientielle.

Intervenants :

**Lee Peterson**, Vice-Président Directeur, marque, stratégie et design, WD Partenaires

12h45 - 13h15

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Une RFID transformationnelle mains libres, analyses des grandes données et la technologie Blockchain**

Sponsor : **Mojix, Inc.**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Apprenez comment la mobilité sur tablette est en train de transformer la façon dont nous faisons les affaires**

Sponsor : **ArmorActive**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Staples modernise son « Bouton facile » en un écosystème de commande cognitif**

Sponsor : **IBM**

13h15 - 14h00

Podium principal

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall 1A 10, Niveau 1

**Fashion Geeks Presents: Soft Circuits et Wearable Tech**

Piste : Vente au détail radicale

La technologie du prêt-à-porter est un marché de 50 milliards de dollars américains -- et la prochaine phase de l'informatique mobile. Les détaillants ont recours à des technologies telles que le prêt-à-porter, la réalité augmentée, et les balises pour combler l'écart entre le shopping numérique et le shopping réel. Joignez-vous aux pionniers de la technologie du prêt-à-porter, les GEEKS DE LA MODE, sur un parcours provocateur et une vue de l'intérieur de ce qui est possible dans la technologie du prêt-à-porter et l'avenir de la vente au détail intelligente et à la mode. Soyez prêt/e à parler, tweeter et partager au cours de cette session amusante autant qu'inspirationale.

Animateur :

**Robin Raskin**, Fondatrice et Présidente, Living in Digital Times

Intervenants:

**Betsy Fore**, Fondatrice et PDG, Wondermento

**Heidi Lehmann**, Fondatrice, SWSI : Smart Women Smart Ideas

**Amanda Parkes, PhD**, Directrice à la technologie et la recherche, Manufacture NY,

Host, Fashion Geeks  
**Kelly Stickel**, Fondateur et PDG, Remodista

13h15 - 14h00  
Séance de discussion  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall E, Salle 1E 16, Niveau 1

### **La façon dont Sleep Number a sondé les médias sociaux pour surcharger la marque**

Piste : implication du client

Vous êtes sous pression. À savoir la pression des médias sociaux. Les médias sociaux ont transformé le marché de la vente au détail, permettant aux clients de partager tout de suite leurs expériences. Les marques n'ont d'autre choix que d'écouter et de répondre. Le bon côté, c'est que les médias sociaux fournissent un énorme montant d'informations numériques que les entreprises peuvent sonder et s'en servir pour effectuer de meilleures décisions d'affaires. Au cours de cette session, vous apprendrez comment Sleep Number tire parti des analyses avancées des médias sociaux pour solidifier sa position de marque, améliorer son expérience client, et transformer de grandes données en des plans d'action stratégiques.

Intervenants:

**Kevin Brown**, SVP et CMO, Select Comfort Corporation/Sleep Number  
**Sarah Panus**, Dirigeante Senior, Social et SEO, Select Comfort Corporation/Sleep Number  
**Anthony Sardella**, PDG, evolve24

13h15 - 14h00  
Séance de discussion  
Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement  
Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

### **Le halo du bonheur : les bénéfices inattendus de l'application de la science du comportement au design de l'expérience**

Piste : implication du client

En tant qu'êtres humains et même en tant que commerces, nous donnons beaucoup d'importance aux relations. Mais est-ce là la façon la plus efficace de créer des expériences que les gens vont aimer ? Après des études rigoureuses du concept du bonheur -- allant de la psychologie à la philosophie, de la neuroscience cognitive à l'économie du comportement -- les experts ont abouti à un tout nouveau cadre pour l'innovation de l'expérience. Joignez-vous à James Wright de Lippincott et apprenez ses secrets surprenants concernant la création du bonheur. Il révélera ce qui motive la connection émotionnelle, et la façon dont créer des expériences innovantes que les gens ne vont pas simplement aimer, mais sans lesquelles ils ne sauraient vivre.

Intervenants:

**James Wright**, Partenaire Senior, Lippincott

13h15 - 14h00  
Séance de discussion  
Laissez-passer de Conférence intégral  
Emplacement : Hall A, Salle 1E 14, Niveau 1

## La méthode « merci » du marketing personnalisé signé Walgreens

Piste : Marketing & Publicité

Walgreens possède le programme de fidélité le plus grand des États-Unis, avec plus de 85 millions membres actifs engagés de façon active dans les Récompenses de solde. Ceci non seulement fournit aux membres de la valeur par le biais de prix et points en promotion, mais ceci fournit à Walgreens une base de données de clients incroyablement riche qui sert de base à toutes les stratégies, et toutes les activations. Peu de temps après que Récompenses de solde aient été lancées en 2012, Walgreens a établi un partenariat avec emnos pour commencer à se servir des données de comportement pour engager les clients par le biais de communications personnalisées. Cette session fournit des perspectives dans la façon dont Walgreens gère le marketing personnalisé, allant de motiver les fournisseurs à générer le bon type d'offres, jusqu'à atteindre les clients de haute valeur en ayant recours aux données d'achats et en incorporant les connaissances pour sans cesse optimiser et raffiner le programme.

Intervenants :

**Mindy Heintskill**, VP, fidélité et marketing personnalisé, Walgreens

**Ron Orgiefsky**, Directeur général, emnos, USA

**Lisa Zhao**, Dir., fournisseur marketing direct, Walgreens

Sponsor de la session:



13h30 - 14h30

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall A, Salle 1A 06, Niveau 1

**La façon dont deux grands détaillants gagnent avec la transformation numérique**

Sponsor : **Cisco**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**La centricité client : un nouveau paradigme pour l'optimisation des inventaires**

Sponsor : **Relex**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Impressions des exposants : une réalisation Antuit**

Sponsor : **Antuit**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**La perturbation numérique, la transformation numérique et l'entreprise de la vente au détail sensible**

Sponsor : **Teradata**

14h15 - 15h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Podium EXPO, Niveau 1

## **Tour pédestre des magasins de vente au détail NYC 2017 avec Kellogg's NYC et Sonos**

Piste : Le magasin de la vente au détail

***Ce thème fera l'objet d'une session complémentaire avec Eataly et Sonos lundi à 11h15, sur la scène de l'EXPO***

Depuis le centre-ville jusqu'au bas de la ville, de Manhattan à Brooklyn, la présentation de la visite en magasin de cette année est très visuelle et donnera un aperçu d'une nouvelle app mobile de plan de tournée avec un contenu téléchargeable. Afin d'optimiser votre visite de New York, nous avons inclus trois visites sympas, à savoir de supers innovations dans le domaine de la vente au détail en omnicanal et en technologie, le luxe et la mode, et la vente au détail alimentaire. Des experts de la vente au détail représentant les plus grands magasins de la ville mettront en lumière certains des plus grands projets de la vente au détail de l'année précédente. Venez connaître les secrets de ce qui crée les meilleures expériences en magasin de New York !

*Recherche de magasin fournie par McMillanDoolittle. Visite en magasin générée par Kurt Salmon Numérique.*

Intervenants :

**Sandra Di Capua**, Co-proprétaire, Kellogg's NYC  
**Anthony W. Rudolf III**, Co-proprétaire, Kellogg's NYC  
**Neil Stern**, Partenaire Senior, McMillanDoolittle  
**Whitney Walker**, GM, Stores, SONOS

14h30 - 15h00

Podium principal

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall D, Hall événements spéciaux, Niveau 1

## **How Technology Fuels Kohl's Omnichannel Innovations**

Piste : The Retail Organization

In today's fast-paced omnichannel retail environment, the expectations of what technology will deliver are at a premium. Kohl's Chief Technology Officer Ratnakar Lavu will share his experience on driving technology to evolve a traditional department store into a leading omnichannel retailer. Ratnakar, whose role covers CTO and CIO responsibilities, will discuss the collaboration between teams at Kohl's headquarters in Menomonee Falls, Wis. and Kohl's Digital Center in Silicon Valley. He will speak to recent customer-driven initiatives including Kohl's mobile app and digital wallet, Kohl's Pay, and the importance of continued digital innovation. Discover what retail technology leaders are watching in 2017, including cloud solutions, artificial intelligence, machine learning and the connected in-store experience.

Speaker:

**Ratnakur Lavu**, Chief Technology Officer, Kohl's

14h30 - 15h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 07, Niveau 1



## **Se mondialiser : Introduire votre marque sur de nouveaux marchés, Partie 2 : l'Asie**

Piste : Vente au détail au niveau mondial

Vous avez donc conquis votre marché intérieur. Que faire ensuite ? Fait notoire bien connu de tous les détaillants qui s'embarquent sur une quête internationale, introduire une marque qui a réussi au niveau national sur de nouveaux territoires entraîne une série de nouveaux défis et décisions.

Dans cette seconde Partie de notre guide de croissance mondiale, nous nous penchons en profondeur sur les opportunités d'expansion de l'Asie. Les experts du e-commerce chinois vont fournir leurs impressions du marché de consommateurs en croissance la plus rapide au monde, y compris les caractéristiques principales d'une stratégie gagnante en Asie, les pièges courants à éviter, et la façon dont les acheteurs chinois diffèrent des consommateurs occidentaux. Ils seront joints sur scène par un détaillant leader international, qui partagera ses propres expériences de lancement de commerce en Asie – avec des leçons clés pour les autres marques et les détaillants qui s'engagent dans cette voie.

Intervenants :

**Frank Lavin**, Fondateur et PDG, Export Now

14h30 - 15h00

Séance de discussion

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall E, Salle 1E 16, Niveau 1

## **Les magasins forts en technologie : suivi, analyse et engagement pour le profit**

Piste : Le magasin de la vente au détail

Les magasins réels sont relégués au second plan par l'immense succès du e-commerce. Mais la grande majorité des ventes provient quand même d'acheteurs dans de vrais magasins. Et la technologie joue un rôle encore plus grand pour parvenir à faire la conquête de cette clientèle. Les détaillants investissent beaucoup dans de nouvelles solutions pour parvenir à tirer parti du pouvoir unique qu'a un magasin d'engager les clients sur le plan émotionnel, et de pousser à des ventes plus élevées. Au courant de cette session, apprenez ce que font les détaillants qui ont du succès pour gagner de la fidélité ainsi que des ventes.

Intervenants :

**Roger Kibbe**, Directeur Senior, Expérience clientèle mondiale et stratégie de technologie logistique, GAP Inc.

**Ronny Max**, Directeur, Silicone Waves

15h00- 15h45

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Transformer la planification et l'analyse de la vente au détail : s'attaquer aux défis liés aux données et aux processus**

Sponsor : **BOARD**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Unir les canaux en magasin et les canaux numériques : 7 histoires de réussite**

Sponsor : **BookingBug**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**Impressions des exposants : une réalisation Checkpoint Systems**

Sponsor : **Checkpoint Systems**

15h15 - 16h00

Séance magistrale

Laissez-passer de Conférence intégral

Emplacement : Hall Nord, Niveau 2

### **Faire la conquête de la clientèle actuelle consciente socialement**

La confiance est en train de devenir très vite la devise mondiale – et celle de plus de valeur – des temps modernes. Si vous ne travaillez pas à la bâtir et à la démontrer, il se peut que l'avenir s'apprête alors à vous laisser tomber. Avec confiance et réputation en tête, les clients – en particulier ceux de la dernière génération – recherchent des raisons plus convaincantes de faire du shopping que simplement l'achat d'un certain produit par besoin ou par désir, fournissant ainsi un élément largement sous-exploité d'accroissement de la profitabilité. Joignez-vous à Christopher Gavigan, le co-fondateur et directeur principal à l'objectif de la société The Honest Entreprise, et Lars Petersson, le président d'IKEA USA qui vont tous deux partager la philosophie de leurs entreprises respectives en gardant le consommateur conscient socialement en tête. Ils discutent de l'établissement de la confiance par l'authenticité de la marque, et de comment favoriser des relations consommateurs sincères, associées à une concentration constante sur l'excellence des produits. Chaque intervenant partagera ses perspectives uniques sur la façon dont le développement du respect mutuel entre l'organisation et son marché (par le biais de la transparence, de l'éducation, et de l'objectif) constitue le facteur le plus important qui pousse la ligne de fond. Ils offriront également leurs impressions sur comment gérer le risque, et maintenir l'aspect personnel d'une organisation tandis qu'elle est en train de s'accroître.

Animateur :

**Tristan Pollock**, Partenaire EIR/Venture, 500 Startups

Intervenants :

**Christopher Gavigan**, Fondateur et Directeur Principal à la Fonctionnalité, The Honest Entreprise

**Lars Petersson**, Président, IKEA US

Sponsor de la session :



®

16h00 - 16h45

Impressions des exposants

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Salle 1, Niveau 1

**Faites l'inventaire de vos obligations fiscales : les plus grands détaillants partagent leurs secrets sur comment s'y prendre**

Sponsor : **Avalara**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 2, Niveau 1

**Les détaillants de marques prennent leur essor grâce à la mobilité**

Sponsor : **VMware**

Emplacement : Hall EXPO, Salle 3, Niveau 3

**La RFID en tant que catalyseur des succès omnicanaux**

Sponsor : **Avery Dennison**

16h00 - 17h00

Évènement de réseautage

Laissez-passer de Conférence intégral, laissez-passer EXPO uniquement

Emplacement : Hall EXPO, Niveau 1 et 3

### **Happy Hour de l'EXPO**

Il y aura des collations. Il y aura des boissons. Et il y aura plus de 510 fournisseurs de solution prêts à vous impressionner avec des technologies qui sont capables de propulser vos affaires à des sommets dont vous n'auriez même pas pu rêver. Cela met réellement du bonheur dans cette Happy Hour !

Sponsor de la session :

