

ТРЕТЬЯ ЕЖЕГОДНАЯ ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

OMNI CHANNEL RUSSIA 2015



16 декабря 2015 года
Москва
отель Radisson Blu Belorusskaya

**ДЛЯ ТЕХ, КТО СЛЕДИТ ЗА ТРЕНДАМИ В КЛИЕНТ-ОРИЕНТИРОВАННОСТИ,
СОЗДАЕТ ЕДИНЫЙ ОПЫТ ВО ВСЕХ КАНАЛАХ ПРОДАЖ**

ОРГАНИЗАТОР



www.meetingpoint.su

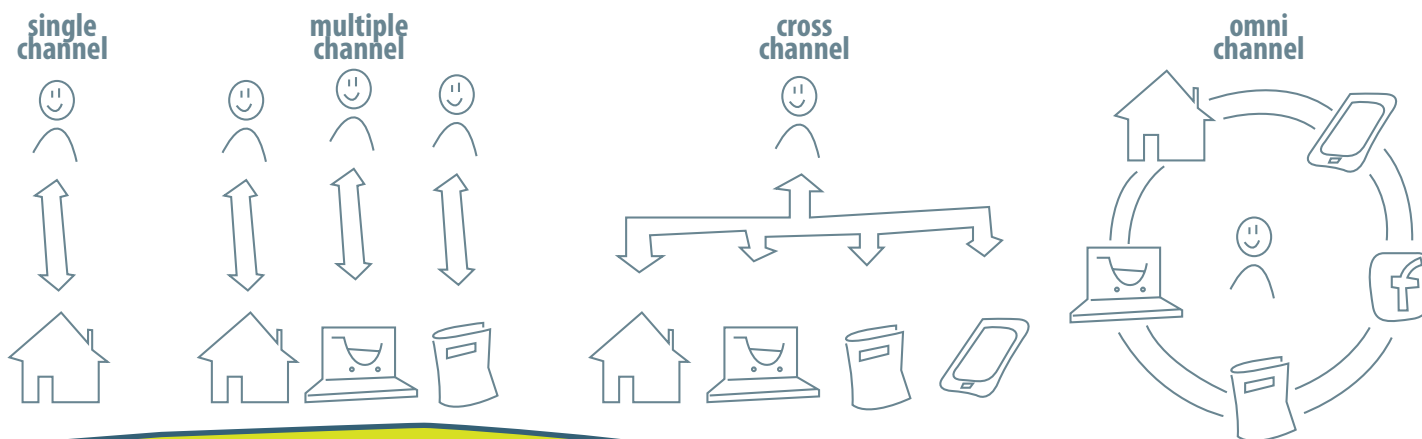
АКТУАЛЬНОСТЬ КОНФЕРЕНЦИИ

OMNI CHANNEL RUSSIA – единственная в России конференция посвященная вопросам развития стратегии OMNI CHANNEL в компаниях, имеющих несколько каналов продаж и коммуникаций с клиентом.

OMNI CHANNEL – интегрированный подход в предоставлении одинакового качественного сервиса клиенту во всех доступных каналах продаж и коммуникации.

Конференция объединит более 150 представителей розничных сетей, online-магазинов, компаний предоставляющих инновационные решения.

Уровень менеджмента участников конференции: руководитель, директор /менеджер по развитию, omni-channel директор, e-commerce директор/менеджер, маркетинг директор



ПОСЕТИВ OMNI CHANNEL RUSSIA ВЫ УЗНАЕТЕ:

- Где мы теряем покупателей и почему
- Как реализовывать стратегию Omni Channel в условиях ограниченного бюджета.
- Как создать профессиональную технологическую карту позволяющую разблокировать Omni Channel потенциал вашей компании.
- Какие инновационные решения коммуникаций с потребителем используют ведущие российские и мировые ритейлеры, какие из них стоит взять на вооружение вашей компании.
- 5 основных преград, которые мешают реализовывать стратегию Omni Channel и 5 способов их преодолеть.
- Как успешно реализовать в используемых вами каналах продаж: единую программу лояльности, единую логистику, единую систему ценообразования, единый контакт-центр, единый маркетинг.
- Какие методики внедрения Omni Channel используют ведущие российские компании

СРЕДИ ДОКЛАДЧИКОВ ПРЕДЫДУЩИХ КОНФЕРЕНЦИЙ:



Егор ЛАНЬКО, Директор
департамента дистанционной
торговли и диджитал-маркетинга,
Азбука Вкуса



Ольга ТЕСЛЯ, Основатель,
соучредитель, ОЛАНТ сеть для
будущих мам и малышей



Валерия ФРАДКИНА,
Руководитель департамента,
Romir



Ирина ПОДДУБНАЯ,
Руководитель отдела
маркетинга и интернет-
продаж, Обувь России



Тимофей ШИКОЛЕНКОВ,
Директор по развитию и
маркетингу, Аудиомания



Эвелина НЕЧИПОРЕНКО,
Руководитель департамента
качества обслуживания,
Ситибанк



Максим МАСЛИЙ,
Основатель и руководитель
компании, yoCard

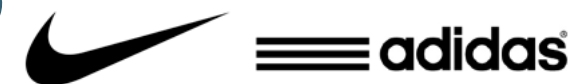


Сергей АБДУЛЬМАНОВ,
Директор по маркетингу,
Мосигра
Антон ПЕРМОГОРОВ,
Эксперт в сфере
E-Commerce &
OmniChannel



Елена НАУМЧИК, Эксперт
по клиентской лояльности
и управлению клиентским
опытом, Генеральный
директор E&A Loyalty,
Сооснователь Ассоциации
КЛИК
и другие...

СРЕДИ КОМПАНИЙ УЧАСТНИКОВ ПРЕДЫДУЩИХ КОНФЕРЕНЦИЙ:



ПРОГРАММА КОНФЕРЕНЦИИ



9.00 – 9.45

Регистрация участников, утренний кофе

9.45 – 10.00

Экспресс-знакомство участников конференции

10.00 – 11.00

АНАЛИТИКА И КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

- Глобальные тенденции, которые влияют и будут влиять на будущее розничной торговли в России и в мире;
- Потребительские тренды, которые формируют опыт Omni Channel в 2015, 2016 году;
- Покупатели будущего: каким сегодняшняя молодежь видит покупательский опыт в будущем;
- Что нужно знать о покупателе для построения эффективных клиент-ориентированных бизнес-процессов компании?
- Какие метрики сейчас играют самую важную роль при определении эффективности работы розничной сети? На какие метрики не стоит обращать внимание?

11.00 – 11.30

Перерыв на кофе, деловое общение

11.30 – 14.00

ОПЫТ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА С ПОМОЩЬЮ СТРАТЕГИИ OMNI CHANNEL

- Omni channel: как сделать первый шаг? Опыт создания технологической дорожной карты, позволяющей разблокировать Omni Channel потенциал вашей компании;
- Какие ведущие российские ритейлеры стремятся к реализации стратегии Omni Channel? Какие инновационные решения в коммуникации с потребителем используют?
- Какие основные преграды стоят на пути к реализации стратегии Omni Channel? Обязательные условия на пути к успешной трансформации бизнеса. Как заранее оценить финансовые масштабы перестройки бизнес-процессов?
- Как донести идею Omni Channel внутри компании, чтобы вся команда работала на общий результат и клиент, действительно, получал продукт / сервис одинакового качества в любом из каналов?
- Особенности создания омни-ориентированной организационной культуры в компании;
- Опыт преодоления внутренних конфликтов между каналами продаж;
- Как успешно внедрить единую программу лояльности во всех каналах продаж?
- Стратегическая роль создания единого контакт-центра для обеспечения целостного восприятия бренда;
- Единая логистика во всех каналах продаж;
- Реализация стратегии Omni Marketing для всех каналов продаж.





14.00 – 15.00

Обеденный перерыв, деловое общение

15.00 – 18.00

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТРЕНДЫ И ИННОВАЦИИ ПОЗВОЛЯЮЩИЕ СОЗДАВАТЬ
«БЕСШОВНОЕ» OMNI CHANNEL ПРОСТРАНСТВО**

Обзор технологий применяемых российскими розничными сетями при работе с покупателями в онлайн и торговых точках.

- Какие технологии стали сегодня обязательными в использовании?
- Какие инновации обеспечат вам конкурентное превосходство завтра?
- Обзор рынка платежных систем / сервисов России. Динамика развития
- Перспективные технологии лояльности: каковы новые принципы поддержания отношений с покупателем?

Эффективный анализ данных для построения успешных бизнес-процессов

- Системы лояльности на базе клиентских карт и других ID покупателя: передовые решения
- Системы позволяющие вести мониторинг конкурентных цен. Как работает автоматизация в ценообразовании?
- Data Mining как на практике работают системы сбора данных о покупателе?
- Лучшие решения для Big Data
- Возможности технологии iBeacon для розничной торговли. Опыт реализации.



Mobile Commerce. Путь к большим деньгам через маленький девайс

- Каковы сейчас предпосылки к росту сегмента? Факты и цифры в России и мире.
- Какие возможности может и должен извлечь ритейл из мобильной революции?
- Чем отличается поведение «мобильного» покупателя от покупателя «традиционного E-commerce»? Что следует учесть?
- Как сделать мобильное устройство самым эффективным каналом продвижения в омниканальной модели? Лучшие технологии и стратегии в мобильной коммерции

Новые решения и экономически выгодные способы доставки и возврата заказов



УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ И КОНТАКТЫ

ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ И ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ:

Для первого представителя компании – участие **БЕСПЛАТНОЕ**

Для второго представителя компании – участие **БЕСПЛАТНОЕ**

Для третьего и последующих представителей компании – **19 000 рублей**

ДЛЯ КОМПАНИЙ ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ УСЛУГИ И РЕШЕНИЯ

Пакет УЧАСТНИКА – 34 000 рублей

В пакет входит:

- Участие одного представителя от компании
- Вкладка рекламных материалов компании в пакеты делегатов

Пакет «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ПАРТНЕР» – 69 000 рублей

В пакет входит:

- Участие двух представителей от компании
- Вкладка рекламных материалов компании в пакеты делегатов
- Размещение демонстрационного стенда с возможностью распространения рекламно-информационных материалов, проведение презентаций услуг и продуктов компании и консультацией потенциальных клиентов
- Размещение логотипа компании на информационных материалах мероприятия

Пакет «ПАРТНЕР ФОРУМА» – 89 000 рублей

В пакет входит:

- Участие трех представителей от компании
- Вкладка рекламных материалов компании в пакеты делегатов
- Размещение логотипа компании на информационных материалах мероприятия
- Размещение роллапа в зале проведения мероприятия
- Выступление с докладом в тематической секции (20 минут)

ПО ВОПРОСАМ РЕГИСТРАЦИИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РОЗНИЧНЫХ СЕТЕЙ И ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ:

Артем ШЛАПАК

e-mail: a.shlapak@meetingpointgroup.com

ПО ВОПРОСАМ УЧАСТИЯ КОМПАНИЙ ПРЕДОСТАВЛЯЮЩИХ УСЛУГИ И РЕШЕНИЯ ДЛЯ РИТЕЙЛА И ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНОВ:

Елена ПОПРИК

e-mail: e.poprik@meetingpointgroup.com

ПО ВОПРОСАМ ПРОГРАММЫ КОНФЕРЕНЦИИ:

Валерия ШАМАНСКАЯ

e-mail: v.shamanskaya@meetingpointgroup.com

Meeting Point Russia

ул. Садовая-Триумфальная, 16

Москва, 127006

тел.: + 7 (495) 278 09 82

www.meetingpoint.su

