

What's going on in [R]etailing?!



08.00 Ontvangst met Krantje & Croissantje

09.00 **Opening dagvoorzitter**

Kasper Klaarenbeek, Veelgevraagd management spreker en inspirator.
Voorheen werkzaam in diverse functies bij WE en Kruidvat. Auteur van de bestseller 'Is jouw bedrijf wel MerkWaardig genoeg?'



09.15 **KEYNOTE: Retail In the Next 20 Years**

As devices and internet connectivity evolve, how will the shopper experience be different by 2035? What will be similar? Which categories are most vulnerable? How will the mobile experience change how buyers consume over time?
Sucharita Mulpuru, VP & Principal Analyst, **Forrester Research USA**. She is a keynote speaker at major Retail conferences, including NRF's Big Show in New York



"The vast majority of retail sales still happen in physical stores but the phone is influencing more of those transactions than ever before. All merchants need to embrace this new reality and create the best solutions they can to address this".

09.55 **Interview Omnichannel Inspiration**

Krein Bons, CEO van **Haren Schoenen** interviewt
Arthur Feenstra, Co-owner **Only for Men**
Lourus Verton, Directeur **Omoda**



10.20 Koffiepauze op de iZone. Voor Boot Camp deelnemers is er koffie in de Boot Camp zaal

10.30 **Aanvang Boot Camps** (zie schema)

Alleen toegankelijk voor Retailers en Fabrikanten van consumentenproducten die zich vooraf voor de Boot Camp hebben ingeschreven en een bevestiging hebben ontvangen.

11.00 **Aanvang Break-out sessies** (zie schema)

Maak s.v.p. je keuze uit een van de Break-out sessies, z.o.z.

12.25 Lunch op de iZone

13.45 **Vervolg Break-out sessies** (zie schema)

Maak s.v.p. je keuze uit een van de Break-out sessies, z.o.z.

16.00 Theepauze op de iZone

16.20 **KEYNOTE: Analyze This: Why Emotion Wins in a World of Big Data**

- > Retailers and Brands need to move beyond Big Data and side-by-side product comparisons to get a more emotional, intuitive, and inspired place.
- > The world's most powerful Retailers and Brands and greatest creative leaders let emotion rip.
- > Lovemarks add to Retailers and Brands three essential, emotional ingredients: Mystery, Sensuality, and Intimacy.

Kevin Roberts, Head Coach, Publicis Groupe & Chairman of Saatchi & Saatchi, the creative communications powerhouse. Kevin is the world's foremost speaker on brands, a provocateur and inspirer with many years of business experience with several of the world's leading companies. Giving advise to the boards of Walmart, Boots, Carrefour etc.



Kevin will challenge us all to become more open to the power of emotion. Which Retailers are trying this – and how well are they managing? How can you turn a store into an environment that consumers love? What can (R)etailers do to give customers the right experience? It is not about price, not about value, but priceless value.

17.10 Borrel & Bites: 25 jaar What's going on in (R)etailing?!

18.45 Einde en filevrij naar huis



Zaal: Beam

11.00

Data Experience

- > Hoe Wehkamp met big data haar klanten helpt
- > Welke werkwijze en inrichting is toegepast om ideeën te genereren en deze ook te kunnen implementeren
- > Enkele concrete toepassingen

Remco Wiltink, Manager Data Science, Wehkamp.nl

wehkamp

11.35

Wissel zalen

11.50

Omnichannel zet de klant centraal, maar wie zet de data centraal?

- > Hoeveelheid data in Retail groeit exponentieel. Wat zijn je kansen en uitdagingen?
- > Door slimme inzet van data kan je de klantbeleving via elke kanaal optimaliseren. Dit vereist een uitgekiend logistiek proces met real-time gegevensuitwisseling.
- > Hoor hoe je van data-uitdagingen naar concrete acties komt om je omnichannelstrategie te laten slagen!

Michel van Wallenê, Partner en Senior Intelligence-consultant en Sylvia Heuvelman, Businessmanager Retail, Hot ITem

12.25

Lunch

13.45

Zaal: Media Arena

TEDTALKS OVER RETAIL INNOVATIES

Moderator van de TEDTalks is:

Joël Ferdinandus, incrowd connector, INretail

TEDTalk 1 Rogier van Camp, CEO Leapp Group

Een van de snelst groeiende omnichannel retailers. Rfurbished apple producten worden verkocht via de 15 fysieke winkels in Ned., België of Duitsland of online. Winnaar van o.a. FD Gazellen Award.

TEDTalk 2 Stan Verhoeven, mede-oprichter Etrias lifestyle stores.

Een van de snelst groeiende bedrijven. Tientallen specialistische webshops in Ned., België, Duitsland en Frankrijk. Winnaar van o.a. FD Gazellen Award.

14.20

Wissel zalen

14.35

TEDTALKS OVER RETAIL INNOVATIES

TEDTalk 3 Mr. Mark Studholme, CEO CROWDYHOUSE

A premiere (launch) platform and marketplace for designers and makers who can sell directly to design fans all over the world. Wired magazine top 100 Startup in Europe. About how CROWDYHOUSE is scaling their popup shops throughout Europe.

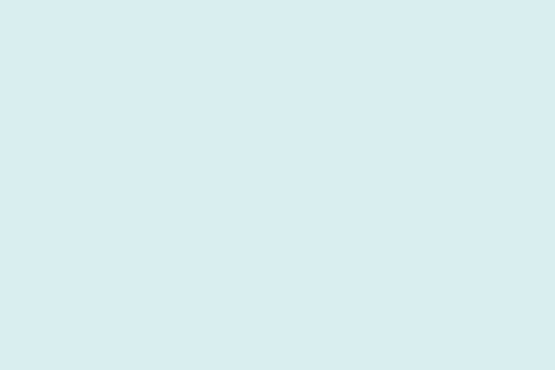
TEDTalk 4 Sander van Bladel, countrymanager Lesara

Het Europese online discountwarenhuis Lesara is afgelopen jaar met 400 procent gegroeid qua klanten tot 750.000. Lesara heeft de ambitie een wereldmerk te worden op het gebied van betaalbare mode.

15.10

Wissel zalen

15.25



16.00

Theepauze

Zaal: Flash

Boot Camps: van 10.30 - 12.35 uur.

BOOT CAMP 1 ECOMMERCE

- > eCommerce Trends & Ontwikkelingen
- > De belangrijkste stappen voor een beter online resultaat
- > De rol van Mobile en Social
- > Optimalisatie van de customer journey
- > Hoe komt u tot een gepersonaliseerde online shopping ervaring?
- > Tips voor versterken online-offline
- > Conversie optimalisatie: hoe kunt u meer uit uw bestaande bezoekers halen?

Voorzitter: **Hugo Schrameyer**, hoofdredacteur, Shopper Marketing Update

Panel met o.a.:

Karel van der Woude, Eigenaar / General Manager ISM eCompany

Aroen Sharma, Director Solution Engineering, SAP Hybris

Andreas Giese, CEO & e-Business consultant, Dexport

Grégoire Pene, Senior Sales Engineer, Demandware

Best-practice case: **Theo Koomen**, CEO, Lucardi



Ingrediënten voor Retail omnichannel: goede producten, goede data & goede partnerships

- > Wat vraagt omnichannel van een retailer?
- > Wat is de rol van data voor zoekmachines, voor marketing, voor logistiek en voor fulfilment?
- > Hoe zorg je voor een effectieve en efficiënte communicatie met je ketenpartners?

Frits van den Bos, manager Innovatie GS1 Nederland



De prestatie van uw franchiseformule vergroten? Maak gebruik van gamification!

Het speelveld van de Retail verandert continu. De uitdaging voor aanbieders van franchise formules maar ook voor de franchisenemers is daarmee meer dan ooit om flexibel te zijn. Omgaan met verandering, kansen zien en pakken. Dit alles op een wijze waarbij prestaties op de winkelvloer verbeteren en de franchiseformule steeds vertaald wordt zoals deze bedoeld is.

Ralph van den Bosch, Organisatiespecialist, House of Performance



De creatie van een multisensory store experience

De flagshipstores van Hunkemöller zijn succesvol. Het gebruik van retailtechnologie, zintuigenprikkeling en verrassing zorgen voor een unieke winkelbeleving!

Britta Hall, Global Retail Experience Manager, Hunkemöller International

hunkemöller

What's
going on in
[R]etailing?!



Zaal: Spark

BOOT CAMP 2 DIGITAL STRATEGY

- > Hoe differentieer je je onderneming online?
- > Hoe bereik je de juiste klanten op het juiste moment?
- > Hoe bouw je een waardevolle relatie op met klanten?
- > Welke tools zijn beschikbaar op het gebied van customer insights?
- > Inspiratie van retailers en merkfabrikanten die succesvolle stappen hebben ondernomen naar een data driven marketing strategie.

Voorzitter: **Clementijn Treinen**, Industry Head Online Pure Players, Google

Panel met o.a.:

Jheroen Muste, Partner PwC Digital
Pascal Kurvers, Sales Director/Country Manager, Teradata Marketing Applications
Lucien van der Hoeven, General Manager EMEA MarketShare DecisionCloud
Marcel van der Schenk, Head of Strategy & Transformation Consulting Benelux, Cognizant
Edgard Beckand, Principle Digital Strategist & Innovation Practice Lead, Mirabeau

Best-practice case: **Jeremiah Albinus**, CMO, fonQ.nl



Zaal: Glow

BOOTCAMP 3 CUSTOMER CENTRICITY

- > 'The key' tot omnichannel succes is customer-centricity
- > Het veranderende klantgedrag en de 24/7 beschikbaarheid via de verschillende kanalen
- > Hoe kan je als retailer relevant blijven?
- > De belangrijke rol van merkidentiteit en merkmanagement
- > Hoe kan merkbeleving jouw merk versterken?
- > Integratie communicatie online/offline

Voorzitter: **Kasper Klaarenbeek**, Veelgevraagd management spreker en inspirator

Panel met o.a.:

Arjan Leest, Commercieel Directeur, Giesbers Retail Communicatie
Simone van Golden, Business Consultant, Abecon
Tiziana Mercuri, Account manager, Dobit

Best-practice case: **Mark Roex**, E-commerce Business Development Manager at JOG Group (Jeans Centre, Ensign Blue Outlets, Garcia)



Zaal: Auditorium

La Redoute groeit door slim gebruik data

- > La Redoute project en de voorkomende problemen
- > La Redoute doelen
- > Oplossing met behulp van data en een Data Management Platform
- > Betere prestaties

Mathieu Roche, Implementation Consultant La Redoute

La Redoute

Implicaties van omnichannel op de organisatie

- > Voorwaarden postchannel organisatie
- > Het transformatieproces naar een postchannel organisatie
- > Postchannel cases

Albert Top, directeur/eigenaar, Crossmarks



New Marketing and Brand Awareness Strategies

In 2015 startte Etos met de vernieuwing van haar formule. Met een nieuw logo, een opgefriste inrichting van de winkel, een make-over voor eigen merk producten en ook online is de keten in beweging. Etos is zeer actief op social media, de online omzet groeit en er wordt gewerkt aan een nieuw loyaltyprogramma met klantenkaart en app. Als basis voor deze vernieuwingen ging Etos terug naar haar roots. Naar 1919, het jaar waarin Etos werd opgericht. Want in de passie en kennis van toen liggen de kansen voor de toekomst.

Jan-Derek Groenendaal, Algemeen Directeur, Etos



Check out the neighbors! De Europese Fashion shopper: one size fits all?

- > Wat kan de Nederlandse moderetrail leren van de burenen?
- > Groeien over de grens: dit zijn de valkuilen!
- > Omnichannel gedrag in de Nederlandse, Belgische en Duitse moderetail, one size fits all of een wereld van verschil?

Marco Wolters, Global Head of Fashion & Lifestyle, GfK



CEO-PERSPECTIEF OP OMNICHANNEL

Hunkemöller's transformation to a global and Omni-channel brand

- > Leading and fastest growing European lingerie brand with 700+ stores in 21 countries
- > Pioneers in Omni-channel with more than half of all online orders collected or reserved in stores
- > Lingerie Retailer of the Year award in all markets across Europe as well as the European Webshop and Cross Channel awards 2015

Philip Mountford, CEO Hunkemöller International

hunkemöller

Being where the customer is

- > Grote trends als mobile en social veranderen het consumentengedrag.
- > Hoe speelt KLM met haar omnichannel strategie daarop in?
- > Digital empowered de klant, biedt keuze en controle en stelt KLM in staat het verschil te maken in elk klant contact.
- > Welke eigen touchpoints, maar ook op touchpoints van derden zet KLM in en hoe?
- > Hoe bereikt KLM relevantie en cross channel consistentie om de klant echt te binden?

Guido van Til, Director Digital Strategy at KLM



Sustainable Fashion: het verhaal achter het product

- > Leer hoe moderetailers inspelen op de verwachtingen van steeds kritischer en beter geïnformeerde consumenten.
- > Ontdek de belangrijkste trends onder moderetailers op het gebied van duurzaamheid: wat voor acties ondernemen zij?
- > Cool Investments (Cool Cat, M&S Mode, America Today en Sapph) deelt hun visie en strategie op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Nienke Steen, Consultant Quality Management & Corporate Responsibility, Modint
Remco Kouwenhoven, Sustainability Officer, Coolcat, MS Mode & America Today



CEO-PERSPECTIEF OP OMNICHANNEL

Interview door dagvoorzitter Kasper Klaarenbeek met:

- > Visie (vernieuwing, verrijking en identiteit)
- > Samenwerkers
- > Omnichannel: altijd overal strategie

Krein Bons, CEO van Haren Schoenen



Dynamisch prijzen; kans of must?

- > Nieuwsgierig hoe het werkt en wat het kan opleveren?
- > Benieuwd wat het van je organisatie vraagt?
- > Morgen mee beginnen? Belangrijke valkuilen en tips

Jos Mulder, Manager Pricing, CRM & Analytics, Nextail (de online organisatie voor alle formules van Blokker Holding, waaronder Blokker, Leen Bakker, Bart Smit, Intertoys, Xenos, Marskramer.



Waarom steeds meer merken gaan Retailen?

- Waren retailers van oudsher degene die shoppers bedienen, de laatste tijd schrappen veel merken de retailer uit de keten.
- > Is het een ondermijning van de Retailer of een wake up-call die retailers hard nodig hebben?
- > Hoe ontwikkel je als merk een e-commerce- en/of shop- beleid en hoe ga je de (E-commerce-)markt op zonder te grote (logistieke) risico's?

Paneldiscussie o.l.v. **Jan Kessels** (retail adviseur) Met o.a.:
Herman Brammer, Director Sales & Retail, Koninklijke Auping,
Sebastiaan Berkvens, Head of e-Commerce, HEINEKEN Nederland,
Linda Paez, Sales Director Consumer Products, Miele



CEO-PERSPECTIEF OP OMNICHANNEL

De revolutie in kleding, dynamiek en kansen in een disruptieve setting

- > Transformatie van een ambachtelijke, 'old-fashioned' industrie naar een snelle, consument- en technologiegedreven waardeketen
- > Revolutionaire thema's: digitalisatie, acceleratie, verlicialisatie, polarisatie
- > Hoe te overleven? Analyse van successen uit het buitenland

Maarten Vaessen, Managing Director Varova Fashion (o.a. Sissy-Boy, Tumble 'N Dry, Men at Work, Open32, Gsus)

varova

Zaal: Fluor

Retail In the Next 20 Years: Q&A with keynote speaker

As devices and internet connectivity evolve, how will the shopper experience be different by 2035? What will be similar? Which categories are most vulnerable? How will the mobile experience change how buyers consume over time?

Sucharita Mulpuru, VP & Principal Analyst, Forrester Research USA. She is a keynote speaker at major Retail conferences, including NRF's Big Show in New York



Zaal: Solar

Creating a testing culture focused on revenue optimization

- > Deep dive in a consistent a/b testing proces
- > Detailed insights in succesfull ecommerce test cases
- > Adding value on a strategic level

Rudger de Groot, Head of CRO, Conrad Electronic International



11.00

SUPPLY CHAIN TRACK

Rendement verhogen in (r)etail Supply Chain Management

- > Wat vraagt (r)etailing anno 2016 van Supply Chain (zowel de fysieke- & informatie SC)
- > Hoe komen we bij die horizon?!
- > Wat voegt Supply Chain toe aan het rendement

Ardjan van der Blonk, Manager Supply Chain, Prénatal Moeder en Kind B.V.



Customer SERVICE = MARKETING

- > Consument wil Low Effort service, snel en met persoonlijke aandacht
 - > Samenwerking Mediamarkt, Amazon, Jindong
 - > Digitale mogelijkheden om van service marketing te maken
 - > Service transformatie: van cost center naar loyalty & brand builder
 - > "Service will be The competitive differentiator by 2020", bent u al onderweg?
- Anouk Vastert**, Global lead Transformation, Marketing & Digital, Philips Consumer Care



Wissel zalen

11.35

11.50

SUPPLY CHAIN TRACK

Omnichannel logistics, meer dan logistiek alleen

- > De noodzaak van strategische heroriëntatie
- > Van fysiek naar digitaal en omgekeerd
- > Business intelligence, geen nut maar noodzaak

Hans Willem Cortenraad, CEO CB (voormalig Centraal Boekhuis)



Loyalty op mobiel. Kom (weer) in contact met je klanten

- > Hoe maak je winkelen in de winkelstraat voor de consument weer interessant? Bied je klanten het gemak van mobiel sparen, bestellen en betalen.
- > Hoe blijf je relevant voor je klanten en hoe kun je deze weer aan jouw winkel binden?
- > Hoe krijg je meer inzicht in je klanten en hun voorkeuren?
- > Hoe start je eenvoudig een eigen spaarprogramma om loyale klanten te belonen?

Thomas Brinkman, Founder & CCO MyOrder

Henk Dunnink, Key Accountmanager



Lunch

12.25

13.45

SUPPLY CHAIN TRACK

Succes in de internationale supply chain van Rituals

- > Toename van de voorraadbeschikbaarheid in de winkels met 5% na invoering van shop replenishment-systeem.
- > Welke voordelen biedt het systeem nog meer (verhoogde omloopsnelheid, sneller plaatsen bestelling)?
- > Welke impact heeft dit op de organisatie?

Mark Hoppenbrouwers, Supply Chain Director, Rituals

Martijn Lofvers, Uitgeefdirecteur & Hoofdredacteur, Supply Chain Magazine/Movement



Make your Unboxing Experience Magic!

De "Unboxing" - het uitpakken van je aankoop - is als het goed is het ultieme geluksmomentje van jouw customer journey. We namen de proef op de som en testten bij 40 Nederlandse retailers hoe goed zij het 'Unboxing' proces op orde hadden. Hoe ziet de complete "Unboxing Experience" er uit van: bestelling, bevestiging, verzending, levering, ontvangst en unboxing tot retournering?

- > Centraal stellen van de 'hybride' klant
- > Facts & figures Unboxing Experience
- > Advies 'to make your Unboxing Experience magic'

René Spaanderman, Creatief Retail Strateeg, Kega



Wissel zalen

14.20

14.35

'Fail to differentiate and the writing is on the wall'

- > Be better informed than today's customer.
- > Fully utilise your store potential: equip your store associates.
- > Making the case for change.
- > Online + offline. Better together.

Manhattan Associates

Pieter Van den Broecke, Managing director Benelux en Duitsland



Zaal: Shuttle 13.45 – 15.10 uur

Omnichannel workshop

- > Wat is er voor nodig om een omnichannel organisatie te worden?
- > Hoe ver is jouw retailorganisatie op weg naar omnichannel?
- > Hoe zet jouw retailorganisatie de volgende stap richting omnichannel?

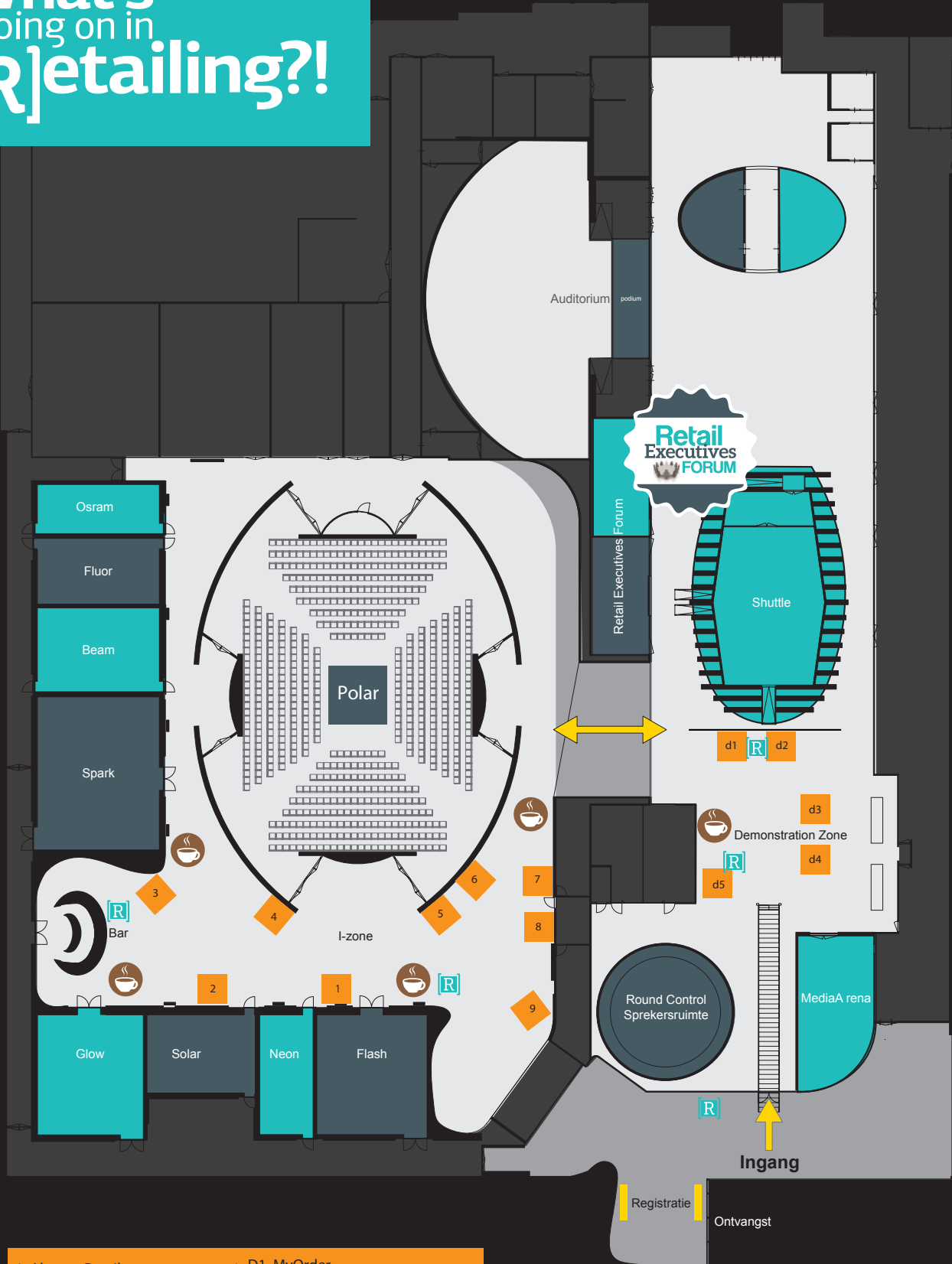
Albert Top, algemeen directeur, Retailadviesbureau Crossmarks



Theepauze

16.00

What's going on in [R]etailing?!







- | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Abecon Retail | D1. MyOrder |
| 2. JosDeVries The retail Company | D2. What's going on in (R)etailing?! |
| 3. Dexport | D3. Big Impact supersize printing |
| 4. SP-Expert/PlanningIT | D4. Retail Trends |
| 5. DOBIT solutions | D5. Leestafel |
| 6. Manhattan Associates | |
| 7. Veneficus | [R] = beacon point |
| 8. Mood Media | |
| 9. Global Creations | |



#WGOIR

Partners:

 abecon est. 1979	 ABN-AMRO	 BIG Impact [®] supersize printing	 BRAND NEW ENCOURAGING BRAND LOVERS IDENTITY · PACKAGING · RETAIL
 Cognizant	 CROSS MARKS	 demandware move faster, grow faster	 Deyport
 DOBIT solutions	 GfK	 Giesbers Communicatie Groep	 Global Creations
 GS1 Nederland	 Hot ITem	 House of Performance VERBETTER PRESTATIES OP DE WERKVOER	 IBM
 ismecompany we maximize your e-commerce success	 JasDeWies	 kega	 Manhattan Associates
 MarketShare	 MIRABEAU *	 MOOD :	 MyOrder
 DigitasLbi Publicis	 pwc	 SAP	 SAP Hybris (v)
 SPEXPERT The Art of Planning Software voor personeelplanning	 TERADATA	 TERADATA Marketing Applications	 Veneficus

Mediapartners

 ALLRETAIL NETHERLANDS		 EtailTrends informatiebron voor professionals in etail	 VEDIS DETAILHANDELS PLATFORM
 FRANCHISE+ De belangrijkste voor jouw klan	 SCHOEN VISIE	 LevensmiddelenKrant	 SCM SUPPLY CHAIN MAGAZINE
 pim	 POPAI THE GLOBAL ASSOCIATION MARKETING STRATEGIES RETAIL PLATFORM FOR SHOPPER MARKETING	 Preneur.nl	 thuiswinkel.org
 textilia	 shopping tomorrow	 smc	 TRADE MARKETING ASSOCIATION
 FIRST FORMULA	 focusplaza let's get inspired	 EP FRANCHISEGIDS	 RETAILTRENDS informatiebron voor professionals in retail
 MOD'INT	 DE NATIONALE FRANCHISE GIDS	 WALDELANDEWISCHINGEN	 rnd raad Nederlandse Detailhandel
 MIX	 FASHIONUNITED	 NB new black	 marketing ADFO GROEP
 IN INRETAIL	 BEECKESTIJN Retail & Marketing		

Event App: WGOIR

Download nu de What's going on in (R)etailing App, zo heb je altijd een up-to-date programma en kun je een eigen programma samenstellen. Netwerken: vind gemakkelijk nieuwe of bekende contacten en sla ze op. Binnen de App is het ook mogelijk om berichten sturen om in contact te komen. Wil je weten in welke zaal een sessie plaatsvindt? De plattegrond wijst je de weg. De app biedt je een up-to-date lijst van deelnemers en sprekers binnen handbereik. Uitgebreide informatie en contactgegevens over de partners staan



DIGITALE SYLLABUS

Vanaf 11 april 2016 kunt u de presentaties downloaden via www.retailing.nl

Wachtwoord: WGoIR16!