



Středoevropská kancelář POPAI pořádá další ročník mezinárodní odborné akce, jejíž součástí je konferenční program, soutěž o nejlepší komunikační prostředky v prodejních místech POPAI AWARDS 2015 a gala večer.

# POPai DAY 2015

**26. 11. 2015**

Kongresové centrum U Hájků  
Na Poříčí 42, Praha 1

## Program akce

- 9,00 - 10,00 | Registrace účastníků
- 10,00 - 12,00 | Dopolední část konference
- 12,00 - 13,00 | Polední bufet
- 13,00 - 18,00 | Odpolední přednáškové bloky
- 20,00 - 24,00 | Gala večer POPAI AWARDS 2015



POPai CENTRAL EUROPE  
[www.popai.cz](http://www.popai.cz)

Daniela Krofiánová  
[dkrofianova@popai.cz](mailto:dkrofianova@popai.cz)  
Tel: +420 775 989 853

Marcela Pazourková  
[mpazourkova@popai.cz](mailto:mpazourkova@popai.cz)  
Tel: +420 608 257 701



# POP AI FORUM 2015

Mezinárodní konference o současných výzvách,  
potenciálu a budoucnosti místa prodeje.

## Zpátky ke kořenům retailu v (r)evoluční éře

Konferenci moderuje: **Michal Štádl**, CEO ve společnosti *datasapiens a.s.*

- 
- Zákazník na prvním místě? Je tomu tak ve skutečnosti?  
Nepotřebujeme naléhavě změnu paradigmatu od prvoplánového důrazu na prodej a růst k upřímné a opravdové snaze o spokojenost zákazníka?
  - Jak vypadá dnes a mohl by vypadat zítra současný retail z pohledu klíčových elementů, které hrají roli v jeho existenci a úspěchu při interakci a komunikaci se zákazníkem?
  - Co všechno dnes působí na vytvoření jedinečného nákupního zážitku a jaké faktory mohou přispět k upevnění vztahu se zákazníkem v in-store?
  - Data, targeting a personifikace - zákaznický přístup pro získání opravdové a dlouhodobé loajality ke značce.



Hlavní tematické okruhy programu konference na další straně...

# Bring True Retailing back to Retailing (Customer Centric Approach)



## SKVĚLÝ NÁKUPNÍ ZÁŽITEK PRO ZÁKAZNÍKA

ZAMĚŠTNANCI	CENA A PROMOCE	SLUŽBY	NÁKUPNÍ PROSTŘEDÍ	SORTIMENT A DOSTUPNOST
<p>Zaměstnanci jako klíčový komunikační prvek značky. Jak se o zaměstnance starat a jak je motivovat, aby přenesli naše nadšení na zákazníky? Jak je nadchnout, aby udělali pro zákazníka jeden krok navíc? Peníze? Pochvala?</p> <p><b>Karel Foltýn,</b> Vice president of Human Resources, Amazon CEE</p>	<p>Dnešní cenová politika je primárně politikou co nejnižší ceny a neustálých promocií. Je to opravdu dnes jen o ceně? Jak definovat Value for Money? A jak vztah značky a hodnoty a ceny produktu? Jakou roli v tom hraje umístění obchodu, kvalita služeb a zboží? A jaká je vazba na věrnostní programy? Jsou ony také jen o ceně?</p> <p><b>Peter Krišťák,</b> Founding partner, PRICEWISE, s.r.o.</p>	<p>Služby zákazníkům jako elementární podstata značky v retailu. Proč by se k nám měl zákazník vracet? Proč by měl jít k nám a ne ke konkurenci? Jak reaguje zákazník na "zelenost" značky? Jak segmentovat přístup k zákazníkům, aby ti nejlepší zákazníci dostali ten NEJLEPŠÍ možný servis?</p> <p><b>Ondřej Kraus,</b> ředitel odd. služeb zákazníkům, IKEA Česká republika, s. r. o. <b>Karin Lauková,</b> Marketing and Assortment director, SEPHORA</p>	<p>Jak velkou roli hraje uspořádání, vystavení a prezentace sortimentu na definici retailové značky? Jak udělat nákupní prostředí ještě zajímavější, hravější a příjemnější pro rodiny s dětmi? Luxusní prostředí versus "hrabárna". Co a jak funguje? Co aktivace a experience marketing a sensorické vnímání?</p> <p><b>Karel Bárek,</b> General Manager, Hervis Sports</p>	<p>Jak zajistit, že máme na regálech opravdu jen to zboží, které naše zákazníci zajímá? Jak zajistit jeho dostupnost od dodavatelů? Jak plánovat sortiment do promocií a jak zboží vystavit? Role značky, produktu a zákaznického rozhodování. Jaká data využít a jak najít společnou řeč mezi dodavatelem a prodejcem?</p> <p><b>Josef Korotvička,</b> Commercial Director CEE Food, Tesco Europe <b>Vojtěch Bukač,</b> Senior Key Account Manager, Unilever</p>
		 		 

## ZÁKAZNICKÝ PŘÍSTUP PRO ZÍSKÁNÍ DLOUHODOBÉ LOAJALITY KE ZNAČCE

LOAJÁLNOST ZÁKAZNÍKŮ A TRANSAKČNÍ DATA	VYTVÁŘENÍ ZÁKAZNICKÉ ZKUŠENOSTI V DOBĚ DIGITÁLNÍ KOMUNIKACE
<p>Důležitost loajálních programů pro budování dlouhodobé loajality zákazníka. CRM jako nástroj ke komunikaci se zákazníky, opravdová podstata CRM. Multikanálový přístup. Znalost a využití dat pro pochopení zákaznické báze, komunikace se zákazníky a pochopení prodejů. Segmentace zákazníků.</p> <p><b>Michal Štádler,</b> CEO, datasapiens, a.s. <b>Marek Hallér,</b> Client solutions director, datasapiens, a.s.</p>	<p>Posilující pozice zákazníků a jejich neustále se zvyšující očekávání kladou čím dál větší nároky na pracovníky marketingu, prodeje i péče o zákazníky. V této sekci se budeme věnovat tomu, jak co nejlépe využít moderní IT nástroje pro efektivnější využití sociálních sítí, vytvoření a sladění multi-kanálové komunikace, poskytnutí lepší péče a dosažení vyšší zákaznické věrnosti.</p> <p><b>ORACLE</b> <b>Michal Zbořil,</b> Master Principal Sales Consultant, Oracle</p>
	

## KOMUNIKACE

V MÍSTĚ PRODEJE	MIMO MÍSTO PRODEJE / CRM
<p>Komplexní pohled na komunikaci se zákazníkem na úrovni prodejny, produktových kategorií, kdy je spolupráce se zadavatelem a komunikace na prodejní ploše maximálně úspěšná.</p> <p><b>STI GROUP</b> <b>Markus Weissgerber,</b> Director POS Innovation / Head of Insight Center, STI Germany</p>	<p>Důležitost komunikačních prostředků a integrovaného komunikačního mixu v retailu. Důležitost pokrytí celé "Path To Purchase". Komunikace klasickými kanály i komunikace na prodejní ploše a přímá komunikace zákazníkům. Kombinace všech kanálů do optimálního mixu. Spolupráce Zadavatel, Výrobce, Medium a Řetězec (Prodejce).</p> <p><b>Mondelēz International</b> <b>Petr Fous,</b> Trade marketing Director, Mondelez CR</p>
	

# PROGRAM GALA VEČERA

Změna programu vyhrazena

- 19,30 | Welcome drink
- 20,00 - 21,00 | Slavnostní vyhlášení výsledků soutěže  
POP AI AWARDS 2015 a POP AI STUDENT AWARD 2015
- 21,00 - 24,00 | Degustace vín, raut, hudba, networking

PROGRAM GALA VEČERA PROBĚHNE  
ZA PODPORY GENERÁLNÍHO PARTNERA  
**SPOLEČNOSTI FREEBOARD EUROPE S.R.O.**

**Freeboard**<sup>®</sup>  
Feel FREE to show up!

Akce probíhá  
pod záštitou  
Svazu obchodu  
a cestovního  
ruchu ČR



Akce  
je pořádána  
ve spolupráci  
s Kongresovým  
centrem U Hájků



## HLAVNÍ PARTNEŘI



## PARTNEŘI



## SPONZOŘI



## HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



## MEDIÁLNÍ PARTNEŘI