

БЛОК-КОНФЕРЕНЦИЯ eCom Day

ВЕДУЩИЕ

Ольга
Сатановская
PimPay
Генеральный директор

Иван
Кургузов
РАЭК
Руководитель кластера e-commerce

СЕКЦИЯ

Инновационные модели ведения бизнеса

ОПИСАНИЕ СЕКЦИИ

Много лет в индустрии муссируется тема инновационных моделей бизнеса, основанных на главных трендах, которые приходят к нам с более развитых рынков. В большинстве случаев эти инновации так и остаются кейсами другого мира, на практике не применимых в наших реалиях. Однако по факту и в России есть компании, которые реализовали в своей деятельности мировые тренды. В секции предлагается рассмотреть кейсы использования инновационных трендов, особенности их внедрения и реального влияния на бизнес.

Задача секции: показать, что инновации – это реальные инструменты, с помощью которых можно делать бизнес, а не просто теоретизировать про них на конференциях.

Предполагаемый формат:

презентации реальных работающих кейсов, основанных на инновациях и общеупоминающихся трендов.

ЦА: руководители/менеджеры торговых компаний, которые заинтересованы в практическом внедрении инноваций и трендов

СПИКЕРЫ

Арте
Романов
Hoff гипермаркеты мебели и товаров для дома

Опыт применение AR технологий: результаты для бизнеса

1. Приложение дополненной реальности - продажи, вовлечение или уникальный клиентский опыт?
2. Виртуальная реальность - трансформация клиентского опыта или WOW эффект для покупателей?
3. Как инновации помогают ритейлу, что нового привносят в бизнес?

Дмитрий
Полежака
Printbar
коммерческий директор

Тотальная кастомизация как бизнес модель

1. Кастомное производство: мировые тренды и потребности покупателей
2. Реальные примеры мировых лидеров
3. Printbar: бизнес модель, основанная на кастомизации (трафик, продукты, процессы)
4. Преимущества и ограничения модели
5. Трудности в реализации
6. Что будет с массовой кастомизацией завтра?

Алия
Хасянова
BUTIK.RU
Заместитель генерального директора по развитию

Как привести онлайн в оффлайн

1. Как BUTIK. попрощался с вешалками и переизобрел offline ритейл.
2. Phygital - новый зверь в нашем зоопарке. Зачем он покупателю и почему ритейлер обязан его приручить.
3. Как "цифровой универмаг" окупает затраты на свое создание - экономический эффект переформатирования.
4. Как BUTIK. создал идеалный для масштабирования формат offline ритейла

Павел
Третьяков
1811stores.com
Директор по маркетингу и электронной коммерции

Из соцсетей в реальный бизнес: трудности перехода

1. Трудности масштабирования: зачем выходить из соцсетей.
2. Кейс 1811: развитие в инстаграм, переход у шоу-руму и к магазинам в торговых центрах.
3. Главные отличия SMM-коммерс, е-коммерс, оффлайн.
4. Роль соцсетей в омниканальном развитии 1811.

Арте
Первухин
KINETICA performance agency
Продакшн директор

Инвентарь и технологии для ecommerce 2020 в Рунете

- Роль агентства в бизнес-модели компании. Перечень актуальных каналов продвижения интернет-магазинов в современных реалиях и вклад каждого из них в доходность
- SEO 2020 актуальный инструментарий традиционного канала: поведенческие факторы (чек-лист), Как настроить мультиканальный сплит в домашних условиях
- Контент-стратегия - новый фактор успеха ecommerce: как сформировать и вести, как получить доп. трафик, информационные запросы как точка роста.