

NORDISKA ZetaDagen

Grand Hotel – Stockholm 9 april 2013

Årets tema: MULTI CHANNEL COMMUNICATION & LAST METER MARKETING



STRATEGEN
INGRID JONASSON
BLANK MED LÅNG
ERFARENHET INOM
DETAILJANDEL



TRENDSPANAREN
PEER ERIKSSON
KOMMUNIKATION
& STRATEG



FORSKAREN
JENS NORDFÄLT
BITR. PROFESSOR
HANDELSHÖGSKOLAN



MODERATOR ÄR
THOMAS KARLSSON
CHEFREDAKTÖR PÅ
DAGENS HANDEL



UTREDAREN
JASON ANDERSSON
CHEFSANALYTIKER
HOS IDC

På ZetaDagen möter du bland många andra Jens Nordfält med lång erfarenhet inom forskning i detaljhandel. Dagen avslutas med en paneldebatt mellan representanter för handel, varumärkes- och designbyråer, media och forskning. Där kan du följa en spännande debatt om kundens förändrade köpbeteende och hur det påverkar detaljhandeln idag och i framtiden.

FRAMTIDENS MEDIKANALER OCH NYA MÖJLIGHETER MED DIGITAL SIGNAGE!

12.00–13.00 Registrering och lunchbuffé

13.00–13.20 Multi Channel Communication & ZetaDisplay 3.0



LEIF LILJEBRUNN, CEO på ZetaDisplay, presenterar resultat från företagets forskning kring digital butikskommunikation samt från en undersökning som genomförts tillsammans med SIFO, vilken ger en fingervisning om kundernas nya syn på e-handel. Han framför också bolagets vision om Multi Channel Communication.

ZetaDisplay

13.20–13.50 Framgång genom kanalöverskridande kommunikation



SOFIE LÖWENHIELM, Retail Industry Manager på Google, diskuterar till vardags online- och kommunikationsstrategi med Sveriges största annonsörer inom detaljhandeln. Idag presenterar Google konsumentinsikter kring multi-kanalbetenden samt diskuterar vilka implikationer detta har för branschens aktörer. Googles konsumentbarometer delas där deltagarna sedan på egen hand kan lära sig mer om hur konsumenterna använder online och offline-informationskällor under köpprocessen.

Google

13.50–14.20 Hur digital kommunikation blir effektiv marknadsföring



PEER ERIKSSON, är en prisbelönt kommunikationsstrateg. Med 32 års erfarenhet i världen av reklam och kommunikation delar Peer med sig av sina erfarenheter från bland annat Sony Ericsson, Audi, Thule och Hilding Anders. Hur skapar man framgångskoncept och effektiv produktion som håller i framtiden? Vi får exempel på nyligen framtagna svenska och internationella lösningar för digital kommunikation.

PEER

14.30–15.00 IDC – Hur tekniken påverkar kundernas beteende?



JASON ANDERSSON, arbetar som chefsanalytiker hos IDC och anlitas som expert av UC Strategies, båda stora, internationella marknadsundersöknings- och analysföretag. Jason har omfattande kunskaper om hur konsumenternas beteende ändras till följd av teknisk utveckling. Vad innebär smartphones, surfplattor och internet för handeln, och hur använder konsumenten dessa typer av hjälpmedel idag och i framtiden?

IDC
Analys för Framtiden

15.00–15.20 Kaffe

15.20–15.35 ZetaDisplay 3.0 – Live Demo med kundexempel



JENS HELIN, International Business Development ZetaDisplay, visar hur man som leverantör av digital butikskommunikation tillsammans med kunder kan följa och stötja marknadens utmaningar. Han ger sin syn på Multi Channel Communication och visar hur man tillsammans kan skapa möjligheter.

ZetaDisplay

15.35–15.50 ICA – Framgångsrik mediaförsäljning



FREDRIK HOLMVIK, berättar hur ICA själva byggt upp en framgångsrik mediaförsäljning för att finansiera sin satsning på ICA Butiks-TV, och hur denna satsning integreras med all annan kommunikation hos ICA.

ICA

15.50–16.20 Forskaren – Butiken som kommunikationsplattform



JENS NORDFÄLT, biträdande professor och författare till prisbelönta boken ”Marknadsföring i butik”, ger oss en inblick i de senaste rönerna från egen och andras forskning om hur kommunikationen med kunden i butik fungerar.

HANDELSHÖGSKOLAN

16.20–17.00 Paneldebatt – Hur ser framtidens detaljhandel ut?



Hur ska man i framtiden kommunicera med kunden för att möta förändrade beteenden? Hur ser den optimala mixen ut mellan butik och e-handel? Klarar sig de butiker som vill hålla sig utanför e-handeln? Varför behövs butiken? Framstående experter diskuterar erfarenheter och aktuella forskning. De presenterar också sin personliga vision om framtidens butik.

17.00

Mingel och tilltugg.



VÄLKOMNA TILL ANRIKA GRAND HOTEL



EVENTET ÄR KOSTNADSFRETT MEN ANMÄLAN ÄR BINDANDE

Tid Tisdagen den 9 april klockan 12.00 – 17.00

Plats Grand Hotel Stockholm – lokal ”Stockholm”

Anmälan Senast den 1 april på vår hemsida www.zetadisplay.se, via e-post till info@zetadisplay.com eller till vår kundtjänst på telefon 0771-100 300

Obs! Begränsat antal platser

Klicka här för att anmäla dig!

NORDISKA ZetaDagen

Grand Hotel – Stockholm 9 april 2013

För 5:e året i rad!



ZETADISPLAY ÄR DEN LEDANDE EUROPEISKA LEVERANTÖREN AV MEDIAPLATTFORM FÖR MULTI CHANNEL COMMUNICATION OCH LAST METER MARKETING – INOM DETALJ- OCH SERVICEHANDELN.

Välkommen till Nordiska ZetaDagen 2013

E-handel blir allt vanligare och utgör nu en viktig del av detaljhandeln.

Tillväxten för helåret hamnade på hela 14 procent, vilket innebär en total omsättning för e-handeln på 31,6 miljarder kronor under 2012.

Att handla på internet öppnar nya möjligheter för kunden. Och det är snabbt, enkelt och smidigt. Lägg därtill att kunderna söker mer värde för pengarna och spenderar mer tid online för att förbereda sina inköp samtidigt som sociala medier blir viktigare för köpprocessen.

Hur ser då framtiden ut? Noj – kommit inte! Utvecklingen leda till att butiker försinner? Nej – naturligt inter! Tvärtom visar erfarenheten att de konsumenterna som handlar i flera kanaler är mer lojala och handlar för större belopp än andra. Dessutom redovisar de detaljhandelsaktörer som också erbjuder kunden e-handel ökad total försäljning.

Vinnarna är således de inom handeln som lyckas kombinera sätten att sälja i båda kanalerna och samtidigt kan skapa en enhetlig upplevelse för konsumenterna, oavsett kanal. Det innebär att gränsen mellan e-handel och butik måste flyta samman och att nya krav ställs på hur man sköter sin kundkommunikation. Både de enskilda butikerna och kedjorna behöver öka tempot och volymen av sin kommunikation med kunderna. Man måste dessutom ge kunderna en enhetlig bild av kedjan, oavsett var man möter dem.

Dessa förändringar i konsumenternas beteende skapar behov av ny kunskap om marknaden och hur den utvecklas. Butiker och kedjor måste sätta sig in i vilka stöd och finns för att underlätta det växande behovet av kommunikation med kunderna. Av denna anledning står Multi Channel Communication i fokus för årets Nordiska ZetaDag. Där kan du ta del av framträdande branschfolks erfarenheter och kunskaper på området.

Väl mött på Nordiska ZetaDagen 2013!



LEIF LILJEBRUNN
CEO



ZetaDisplay®

LAST METER MARKETING

ZetaDisplay AB | Höjrodergatan 21 | 212 39 Malmö | Tel: +46 40 28 68 30 | info@zetadisplay.com