



**POPai**

PART OF THE **shopi** GLOBAL NETWORK

CENTRAL EUROPE

Prestižní evropská událost v oboru in-store komunikace. Celodenní program nabídne mezinárodní konferenci POPAI FÓRUM, expozice významných oborových soutěží Hvězda 3 D reklamy, POPAI AWARDS a POPAI STUDENT AWARD a gala večer.

# POPai DAY 2017

**23. 11. 2017**

Konferenční centrum TOP Hotel Praha,  
Blažimská 1781/4, 149 00 Praha 4 - Chodov

## Program akce

8,45 - 9,45	Registrace účastníků
9,50 - 10,00	Úvodní slovo
10,00 - 12,20	Dopolední část konference
12,30 - 14,00	Polední pauza, oběd
14,00 - 15,20	První odpolední přednáškový blok
15,20 - 15,40	Pauza, občerstvení
15,40 - 16,45	Druhý odpolední přednáškový blok
17,45 - 24,00	Gala večer POPAI DAY 2017



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

Daniela Krofiánová  
dkrofianova@popai.cz  
Tel.: +420 775 989 853

Marcela Pazourková  
mpazourkova@popai.cz  
Tel.: +420 608 257 701



**POPAI  
FORUM**

**POPAI**  
PART OF THE **shopi** GLOBAL NETWORK  
CENTRAL EUROPE

# Konference POPAI FÓRUM 2017

**Retail jako místo setkávání, zážitků a interakce se značkou**

---

- Silné retailové koncepce vznikají a žijí také v Česku.  
Inspirujte se a sdílejte své zkušenosti: příklady nejnovějších in-store koncepcí, řešení a projektů maloobchodu a značek.
- Značka a její komunita jsou silným driverem dlouhodobého zákaznického vztahu.  
Chytrá řešení nemusí stát miliony.
- Co od retailu v budoucnosti očekávají nejsilnější generace zákazníků?  
Známe je dobře?  
Silný zážitek je generován na základě hlubšího poznání potřeb zákazníků.  
Výzkumy jsou dnes ještě důležitější než dříve.

Tematické zaměření a program konference na další straně...

## Tematické zaměření programu konference

- Retail se už také v Česku stává místem, kde se lidé chtějí potkávat, poznávat nové trendy na vlastní kůži a sdílet své zkušenosti. Je nejen prodejním místem, ale skutečnou službou zákazníkům, nabízí více než produkty nebo služby.
- Místa prodeje se mění na komunitní centra, kde se lidé z dané lokality mohou setkávat. Jen sociální média a nákup po internetu zákazníkům nestačí. Vznikají tak nové příležitosti, jak přesněji vyhovět individuálním požadavkům určitých cílových skupin zákazníků, vytvářet pro ně exkluzivní nabídku.
- V rámci in-store konceptů jsou budovány komunity zákazníků kolem konkrétní značky s cílem nabídnout nové formy nákupních zážitků, podpořit prodej značky, získat a udržet zákazníky. Místo prodeje umožňuje zákazníkům zažít značku a její hodnoty, zážitkové prostředí nabývá na atraktivitě.
- Spojení volnočasových aktivit a nakupování, netradiční využití a účely prodejních míst otevírají nové možnosti retailu. A to i s využitím digitálních médií a jejich propojení na prostředí kamenných prodejen.

## Program konference

Konferenci moderují **Petr Šimek**, Managing Director, WELLEN a.s. a **Linda Petrová**, Creative Director, WELLEN a.s.

**9,50 – 10,00 | Úvodní slovo**

### Retail jako nová platforma pro budování značky

**10,00 – 10,40 | Retailtainment 2025: From Retail to Vitail**

- The new role for local retail
- Next level of shopper engagement
- The world of best practices
- Golden rules for the future

Přednášející: **Frank Rehme**, Managing Partner, gmvteam GmbH, Německo  
(Přednáška proběhne v angličtině.)

**10,40 – 11,05 | MAKRO Akademie – nová cesta ve službách pro zákazníky**

- Komplexní B to B služba pro komunity zákazníků.

Přednášející: **Petr Stádník**, Makro Akademie Executive chef, MAKRO Cash & Carry ČR s.r.o

**11,05 – 11,30 | Pop-up store jako marketingový nástroj**

Přednášející: **Lucie Klusáková**, Marketing Cukrovinky, Nestlé Česko s.r.o.

**11,30 – 11,55 | Footshop - Proč vlastně máme prodejnu?**

Přednášející: **Lenka Zbořilová**, Retail Manager, Footshop

**11,55 – 12,20 | Úspěšný příběh Ambiente**

- Ambiente znamená v překladu prostředí. Naše Ambiente tvoří lidé, pro které je základem všeho snažení vracející se host. Proto při vytváření nových konceptů sestavujeme realizační tým, ve kterém se setkává architekt, provoz a marketing. Jak realizace nových konceptů probíhá?

Přednášející: **Filip Šimoník**, marketingový šéf skupiny Ambiente

**12,30 – 14,00 | Polední pauza, oběd**

### Retail jako místo pro komunitu a zážitek

**14,00 – 14,40 | Různí zákazníci, různé zážitky**

- Hlubší pohled na retail přes vybrané generace zákazníků.

Přednášející: **Andrea Vozníková**, CI Shopper Leader, Nielsen ČR/ISR

**14,40 – 15,20 | Diskuzní panel:**

#### **Budování komunity kolem značky**

- Příklady z HORECA segmentu a z maloobchodních prodejen.

**15,20 – 15,40 | Pauza, občerstvení**

**15,40 – 16,05 | VNITROBLOCK:**

#### **jaký mix zábavy a komerce hledá dnešní zákazník?**

- Proč je Vnitroblok tak přitažlivý pro různé zákazníky?

Přednášející: **Lukáš Žďárský**, spolumajitel, Vnitroblok

**16,05 – 16,45 | Shopping trends**

- Trendy v retailu z pohledu různých formátů, propojování retailu s restauracemi, neprodejní formáty atd. Retail jako místo setkávání, zážitků a interakce se značkou.

Přednášející: **Jean-Jacques Vandenheede**,

European Business Insight Director, Nielsen Company, Belgie

(Přednáška proběhne v angličtině.)

**16,45 | Závěr konference**

Změna programu vyhrazena

# PROGRAM GALA VEČERA

17,45 - 18,30 | Welcome drink, občerstvení na úvod

18,30 - 20,50 | Slavnostní vyhlášení výsledků soutěží Hvězda 3D reklamy 2017,  
POP AI STUDENT AWARD 2017 a POP AI AWARDS 2017

od 21.00 | Degustace vín, raut, hudba, networking...

Změna programu vyhrazena



ZÁMECKÉ VINAŘSTVÍ  
BZENEC

EXKLUZIVNÍM DODAVATELEM VÍN  
PRO AKCI POP AI DAY 2017  
JE ZÁMECKÉ VINAŘSTVÍ BZENEC.

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

AKCE PROBÍHÁ  
POD ZÁŠTITOU  
SVAZU OBCHODU  
A CESTOVNÍHO RUCHU ČR.

AKCE JE POŘÁDÁNA  
VE SPOLUPRÁCI  
S AGENTUROU  
UP BRAND ACTIVATION S.R.O.



GENERÁLNÍ PARTNER



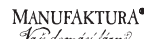
HLAVNÍ PARTNEŘI



PARTNEŘI



SPONZOŘI



HLAVNÍ MEDIÁLNÍ PARTNER



MEDIÁLNÍ PARTNEŘI

