

# Programma

09:00

## Ontvangst

---

10:00 - 10:10

## Opening dagvoorzitter ▾

Vivian Reijs

Vivian Reijs is tv-presentatrice, schrijfster en ondernemer. Reijs is bekend als presentatrice bij RTL 4 en SBS 6 van tv-programma's als Huizenjacht, De 25 meest..., en Fix this Kitchen. De dagvoorzitter van Stores That Wow is scherp, ambitieus en een echte ondernemer. Zo heeft zij onder meer haar eigen vitaliteitsplatform Vivonline.nl (<https://www.vivonline.nl/>).

---

10:10 - 10:40

## Waarom de winkel steeds fysieker én flexibeler moet worden ▾

Pieter Kool - ex-creative director G-Star Raw

In een steeds verder digitaliserende wereld moeten winkels juist steeds fysieker worden en tegelijkertijd veel flexibeler, stelt design strateeg en voormalig creative director van G-Star Raw Pieter Kool. Kool gaat in zijn presentatie in op de vijf belangrijkste trends voor de ontwikkeling van retail en hoe hier mee om te gaan. Op basis van de vijf trends heeft Kool een ontwerpmodel ontwikkeld; hoe 'bakstenen' te ontwerpen, terwijl de wereld eigenlijk te snel verandert om met enige zekerheid in iets permanents te investeren.

Bio:

Pieter Kool ontwierp als creative director bij G-Star Raw alles wat niets met kleding te maken had, van winkels tot meubels. Hij werkte met Pharrell Williams en zijn robuuste ontwerpen leverde hem de titel Ingenieur van het Jaar op. De design strateeg adviseert wereldwijd retailers en merken in het vertalen van merkidentiteit naar omgeving, interieur en retail design. Ook werkt hij samen met architect Rem Koolhaas en zijn bureau OMA.

---

10:40 - 11:05

## How to become an experience-driven store - and why does it matter ▾

Katharina Michalski (Dui) – Culture Dots

We willen allemaal meer beleving op de winkelvloer, maar waar hebben we het over als het gaat om experiential retail (ER)? Katharina gaat in haar presentatie in op de rol van experiences, hoe deze waarde creëren en reikt handvatten aan om experience toe te voegen aan jouw winkelconcept.

Bio:

De Duitse Katharina Michalski is een innovatiestrateg en cultureel onderzoeker. Met behulp van meer dan vijftien jaar ervaring in media en reclame, innovatieconsultancy en trendonderzoek, helpt ze merken minder reactief en doelgerichter te zijn als het gaat om innovatie. Zij is de oprichter van Culture Dots, een advies- en evenementenbureau dat merken 'uit hun gebouw' haalt om hen te verbinden met culturele pioniers en hun ideeën.

Dit is een Engelstalige presentatie.

---

11:05 - 11:30

## **Producten verkopen is goed, projecten verkopen is misschien wel beter** ▾

Antonio Nieto-Rodriguez (Spa)- world champion projectmanagement

De marathon van New York of Rotterdam lopen. Tien kilo kwijtraken. Of gitaar leren spelen. De retailers van de toekomst verkopen niet alleen producten, maar helpen dromen waar te maken. Als coach, in een project. De Spaanse strategie-expert Antonio Nieto-Rodriguez gelooft er heilig in. En een merk als Nike is al zo ver. Wie volgt? Antonio gaat in zijn presentatie in op de kansen van deze nieuwe vorm van fysieke retail en reikt handvatten aan hoe dit model toe te passen binnen jouw retail- of merkorganisatie.

Bio:

Antonio Nieto-Rodriguez behoort met zijn ideeën over projectmanagement en strategie implementatie tot 's werelds meest invloedrijke managementdenkers. Hij wist hiermee onder meer door te dringen tot de prestigieuze Thinkers 50-selectie, in gezelschap van onder andere Michael Porter, Clayton Christensen en Rita McGrath. Hij schreef de bestseller The Focused Organization en binnenkort verschijnt zijn nieuwe boek The Project Revolution, how to succeed in a project driven world. Antonio is geboren in Madrid en opgeleid in Duitsland, Mexico, Italië en de Verenigde Staten.

Dit is een Engelstalige presentatie.

---

11:30 - 11:55

## **Elke store een uniek design** ▾

Berit Burema – Ace & Tate

Ace & Tate begon in 2013 online, maar heeft inmiddels 38 winkels in acht landen. De offline beleving moet een bijzondere extensie van online zijn, is de visie van het brillenlabel. Zo is iedere winkel uniek, met een eigen concept en een link naar de stad of de lokale creatieve scene. Retail design manager Berit Burema vertelt hoe zij keer op keer een unieke Ace & Tate-winkel ontwerpt, die toch onmiskenbaar Ace & Tate is.

---

11:55 - 13:00

## **LUNCHPAUZE**

---

13:00 - 13:30

Parallelsessies, ronde 1

# 1. Hoe technologie de kloof tussen online en offline overbrugt. ▾

Andy Austin (VS) - The Industrious (presentatie in Grote zaal)

Retail- en digitale expert Andy Austin legt in deze sessie uit waarom en hoe de integratie van digitaal met fysiek tweerichtingsverkeer creëert tussen consument en winkelier. Andy biedt een overzicht van de laatste digitale innovaties die naadloos de kloof tussen de online en offline wereld overbruggen, gebruikerservaringen creëren die interactief, sociaal en persoonlijk zijn – en ingebakken in de dagelijkse routine van uw klant. En natuurlijk bespreekt hij welke technologieën er morgen en overmorgen op ons afkomen die online en offline verder integreren.

Bio:

De Amerikaan Andy Austin is een autoriteit op het gebied van klantervaring en de ontwikkeling van digitale innovatie. Hij weet als geen ander welke digitale hulpmiddelen helpen om de relatie tussen shopper en verkoper te vergroten. Hij heeft ambitieuze projecten rondom slimme klantgerichte technologieën geleid voor onder meer Audi, JCPenney, HTC, Amazon, de Wired Store en de Ford Motor Company. Ook ontwikkelde Andy als directeur retail customer experience bij de Amerikaanse telecomreus AT&T een ervaringsgericht winkelconcept.

# 2. How to be your retail brand future? ▾

Kim Tchai – Tchai (presentatie in Workspace)

Merken zijn hun ware zelf soms verloren, het merk is verbasterd, de ziel is kwijt. In deze sessie reikt Kim Tchai handvatten aan voor het vinden van de roots van jouw merk of het herstellen van jouw merkidentiteit. Tchai legt hiertoe een fysieke verbinding tussen merk en consument met inspirerende en verrassende merkactivaties en shopconcepten. Leer van praktijkvoorbeelden van klanten als Samsung, Nike, iittala, Bugaboo, Harman Kardon, JBL, DHL en meer.

# 3. De kansen van digital signage op de winkelvloer ▾

Diederik Versluis – Gauddi (presentatie in Expo)

Digital signage is niet meer weg te denken uit het huidige retail landschap. Technische ontwikkelingen volgen elkaar in hoog tempo op. Diederik praat u bij aan de hand van een aantal klantcases (o.a. GrandVision, Hoogvliet, Keune). Hierbij gaat hij in op de diverse toepassingen die digital signage kan hebben binnen een multichannel strategie.

Digitale displays in de etalage zorgen voor stopping power en meer traffic in de winkel, terwijl schermen achter de check-out zorgen voor branding, imago en infotainment. Naast up-sell en cross-sell (promo's, sales) bieden schermen de mogelijkheid om te informeren over openingstijden, extra koopavonden, vacatures en verwijzingen naar bijvoorbeeld een webshop.

Bio:

Technologische ontwikkelingen volgen elkaar razendsnel op en hebben een enorme impact op de manier waarop de wereld communiceert. Diederik Versluis is als senior sales consultant ruim drie jaar aanspreekpunt namens Gauddi voor (retail)klanten in de Benelux. Met zijn team heeft hij honderden eigen 'TV' kanalen gecreëerd.

# 1. Improving the customer's experience with instore optimization



Ronny Max (VS) Silicon Waves (presentatie in Grote zaal)

Instore optimization is een nieuwe discipline die inzichten uit online CRO (conversion rate optimization), trackingtechnologie en gedragswetenschap combineert. De Amerikaanse Ronny Mex ontwikkelde een raamwerk voor fysieke winkels op basis van gedragsanalyses. Leer wat instore optimization voor jouw winkelconcept kan betekenen.

Bio:

Ronny Max is de oprichter van adviesbureau en behavior analytics academie Silicon Waves. Ze werkte met meer dan 150 retailers aan instore optimalisatieprojecten. In 2015 maakt Ronny als retailexpert onderdeel uit van het Vision Project van Stanford University. In 2017 introduceerde zij de Behavior Analytics Academy.

Dit is een Engelstalige presentatie.

## 2. Hoe design thinking helpt jouw winkels snel en relevant te innoveren

Tim Gielen – retail innovation practitioner (presentatie in Workspace)

Hoe 'design thinking' jou helpt je winkels snel en relevant te innoveren voor klant én werknemer!

De fysieke winkel krijgt opnieuw een glansrol. Succesvolle concepten slagen erin de voordelen van online technologie te blenden met de emotionele, zintuigelijke beleving die alleen een fysieke winkel je kan leveren.

Klinkt mooi! Maar, als heel de winkel gedigitaliseerd kan worden, van het tapijt op de vloer tot het wijschap en de verlichting toe, is de verleiding groot om technologie te laten primeren op de toegevoegde waarde voor de klant en medewerker.

Met 'design thinking' voorkom je deze fout en ga je bewust op zoek naar wat je klant nu echt wil. Aan de hand van een concrete case rond smart wine shelving introduceer ik je heel graag tot deze boeiende manier van leren door te doen.

Bio:

Tim Gielen is een voormalig store & e-commerce manager met een duidelijke missie: van retail een betere plek maken voor de mensen die er shoppen én de mensen die er werken. Als Digital Retail Experience Manager bij DOBIT Solutions helpt hij retailers zoals Levi's, Lexus, Suitsupply, Hunkemöller en Samsonite met het bedenken en realiseren van baanbrekende nieuwe winkelervaringen.

## 3. Trends in customer engagement



Jan Pieter Lips – Adyen (presentatie in Expo)

Jan-Pieter Lips neemt je in deze parallelsessie mee in de succesfactoren van loyaliteitsprogramma's, gaat in op de impact van GDPR en gaat aan de hand van case studies in op de belangrijkste trends in customer engagement.

Bio:

Jan-Pieter Lips is een van de pioniers van de Europese loyalty industrie; hij begon zijn carrière bij Vendex/V&D, was onderdeel van het team dat het loyalty programme Air Miles in Nederland opzette en was vervolgens co-founder van de Nectar loyalty business in het Verenigd Koninkrijk in 2002. Na de verkoop van Nectar aan het Canadese Aimia was JP verantwoordelijk voor Aimia's activiteiten in loyalty, analytics en data driven marketing als directeur voor de EMEA regio. Sinds November 2018 werkt hij bij Adyen om proposities te ontwikkelen voor retailers voor Adyen's Unified Commerce platform en data.

---

14:20 - 14:45

## **De winkel als ontmoetingsplaats** ▾

Wim Jan Petersen - Rapha Cycle Club

Rapha Cycle Club heeft eigenlijk geen winkels, maar clubhuizen voor fietsfanaten. Ze zijn toegankelijk voor iedereen, maar wie zich online aanmeldt voor de Rapha Cycle Club gaat deel uitmaken van een wielergemeenschap. Voor 150 euro per jaar kunnen leden naar exclusieve evenementen, mag je mee op toertochten en kan er bij elke Rapha-vestiging ter wereld een fiets worden geleend. "We willen alleen leden met liefde voor wielrennen." Over de kracht van community en hoe Rapha die aan zich bindt.

---

14:45 - 15:10

## **Interview on stage: Het vette verhaal van Schorem** ▾

Robert-Jan Rietveld – Schorem

Uit alle hoeken van de wereld komen mannen naar de Nieuwe Binnenweg in Rotterdam voor een 'signaturecoupe' à la James Dean, met precisie in de pommade gebeiteld. Daar willen ze best voor wachten. Vijf uur desnoods, buiten voor de winkelruit. Het is een plek waar iedereen zich thuis voelt, weet Robert-Jan ('Bertus') Rietveld, 'ook al maken wij elkaar de hele dag voor rotte vis uit'. Schorem Haarsnijder & Barbier strijkt tegen alle haren in.

RetailTrends-hoofdredacteur Donovan van Heuven interviewt Robert-Jan live on stage.

Bio:

Robert-Jan Rietveld ('Bertus') is medeoprichter van Schorem Haarsnijder & Barbier aan de Rotterdamse Nieuwe Binnenweg. Daarnaast runt hij sinds 2014 kappersacademie The Old School. In 2015 werd het eigen haarstylingsmerk Reuzel geïntroduceerd, dat in 38 landen te koop is. Ook organiseert hij met Schorem jaarlijks muziekfestival Scumbash. Robert-Jan is tot zijn eigen verbazing uitgegroeid tot een stijlicoon. Wereldwijd lopen tientallen kerels rond met zijn beeltenis op hun lichaam getatoeëerd. "Mensen zijn gekke wezens."

---

15:10 - 15:45

**PAUZE**

---

15:45 - 16:10

## **De Grote Stores That Wow Quiz** ▾

Presentatrice Vivian Reijs gaat op zoek naar dé Stores That Wow-expert van Nederland. Kroon jij je tussen de 300 aanwezige retail & brands professionals tot de enige echte retailexpert? Je krijgt er eeuwige roem en een prijs that wow's voor terug. (Je speelt de quiz mee via de Stores That Wow-event app.)

---

16:10 - 16:35

## **Hoe Nespresso van zijn winkels een koffiebeleving maakt** ✓

Herman Rooswinkel – Nespresso

De wereld achter koffie ontdekken, dat is waar Nespresso's nieuwe winkelconcept om draait. Experimenteren met recepten, je eigen smaak creëren en advies van een koffiespecialist zijn volgens het merk daarbij onmisbare elementen. En wie zijn expertise wil vergroten, kan een interactieve masterclass van de barista volgen. Herman Rooswinkel over koffiebeleving in de Nespresso boutiques en hoe deze het merk versterken.

---

16:35 - 17:00

## **New Retail in China: baanbrekende innovaties in het Verre Oosten** ✓

René Repko – merkstrateeg

Op zoek naar innovaties op het snijvlak van retail en digital bezocht merkbouwer René Repko afgelopen zomer China. Volgens de marketeer een omgeving die radicaal anders is, wordt gedictieerd door techgiganten en waar geen enkele serieuze speler nog spreekt over gescheiden kanalen. De focus ligt op een perfecte vervlechting van ervaringen. De Chinezen noemen het New Retail. Een presentatie vol verwondering en inspirerende voorbeelden.

Bio:

René Repko werkte eerder in diverse executive marketingrollen op het snijvlak van positionering, strategie en digital bij o.a Albert Heijn, Hema, Sligro en Rituals. Tot aan de zomer was hij verantwoordelijk voor marketing en digitale strategie van Action.

---

17:00 - 18:00

## **Borrel**

---