

Changemakers in Retail: het programma

05-04-2017 08:43



Changemakers in Retail is een nieuw event van RetailTrends Media over verandering en kansen. Staan voor product, merk, consument, werknemers en de wereld biedt kansen voor groei en onderscheidend vermogen. Waar kan uw organisatie het verschil maken? Kom dinsdag 9 mei naar [Changemakers in Retail](#) in de Metaal Kathedraal in Utrecht en ontmoet pioniers en krijg praktische handvatten voor nieuwe businessmodellen, innovatie en leiderschap.

Programma Changemakers in Retail – Utrecht, 9 mei 2017

11:30 uur: Inlooplunch

12:25 uur: Opening dagvoorzitter Donovan van Heuven

12:30 uur: De consument en duurzaamheid Bart Brüggewirth (b-open)

Hoe belangrijk vindt de consument duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen? Hoe heeft de consumentenverwachting zich de laatste tien jaar ontwikkeld? Wat verwacht hij van retailmerken? En in welke productcategorieën toont hij zich het meest kritisch?

12:50 uur: Bouwen aan een betekenisvol merk Pieter van der Manden & Dieuwertje Damen (Rainbow Collection)

Betekenisvolle merkactiviteiten kunnen leiden tot aanbevelingen, meer klanten en groei. Maar hoe bouw je aan een betekenisvol merk? En waar begin je?

13:10 uur: Positief impact maken binnen grote organisaties Eric Croonen (Ahold Delhaize)
Het streven naar positief impact is niet alleen het terrein van kleine sociale ondernemingen. Grote organisaties maken er ook werk van. Hoe verloopt dat proces en wat zijn de effecten in de praktijk?

13:40 uur: Interactieve breakouts 1 – Keuzeprogramma

Product-as-a-service Robert van Boesschoten (subspot)

Steeds meer retailers haken in op de circulaire economie, variërend van het verlengen van de levensduur tot het repareren en recyclen van producten. Welke kansen biedt product-as-a-service uw organisatie?

OF

Kan een kind de was doen? Caroline Stoop & Mariette van Amstel (Schuttelaar & Partners)

Kunt u uw klanten garanderen dat er nergens in uw keten mensenrechten worden geschonden? En tot hoe ver reikt uw verantwoordelijkheid eigenlijk als het gaat om mensenrechten? Het doorlichten van de keten - due diligence - om misstanden te voorkomen wordt steeds belangrijker.

14:10 uur: Pauze

14:40 uur: Interactieve breakouts 2 – Keuzeprogramma

Transparantie: omarmen of vechten Mark van de Grift (auteur TRUE Brands)

Organisaties staan voor de keuze om transparantie te omarmen of ertegen te vechten. Maar waarom ertegen vechten als het een manier is om succesvol te zijn? Wat kenmerkt een TRUE (transparant, responsible, unique, empathetic)-brand in communicatie en gedrag als het gaat om transparantie?

Alle eventdeelnemers ontvangen het boek TRUE Brands, branding in een nieuwe wereld.

OF

Beken jij kleur? Dirk van der Beek (Innate Motion)

De opmars van movement brands – merken met een duidelijke missie, een purpose – dragen bij aan consumentenverwachtingen. Zo vindt 62 procent van de millennials dat bedrijven op maatschappelijke gebeurtenissen moeten reageren. Hoe kan uw organisatie hiermee omgaan? Wat zijn de do's en don'ts? En hoe wordt geloofwaardigheid gewaarborgd?

15:25 uur: Purpose people pitch: Van Hulley, Moyee Coffee en Kings of Indigo

De oprichters van Van Hulley, Moyee Coffee en Kings of Indigo verkopen respectievelijk boxershorts, koffie en spijkerbroeken. Maar ze doen meer dan dat. Van eureka tot executie in drie keer tien minuten.

15:30 uur