

Dit is het programma van Changemakers in Retail

05-04-2017 11:48



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 dilligence - 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: Een boxer met een goed verhaal Jolijn Creutzberg (Van Hulley)

Van Hulley maakt boxershorts van versleten overhemden. Het concept heeft zo sinds de oprichting in 2012 al 2,5 miljoen liter water bespaard. Bovendien worden de overhemden gemaakt door vrouwen met een grote afstand tot de arbeidsmarkt. Van Hulley ontving vorig jaar tijdens het World Economic Forum in het Zwitserse Davos een aanmoedigingsprijs in de categorie circulair ondernemen.

Neem je oude overhemd mee, want Van Hulley is aanwezig met een mobiel naaiatelier. Bezoekers van Changemakers in Retail ontvangen 10% korting.

15:40 uur: Revolutie in je koffiekopje Guido van Staveren van Dijk (Moyee Coffee)

Niets minder dan een revolutie in de koffieketen is wat Moyee Coffee wil realiseren. Dat doet het met het zelf in het leven roepen FairChain-principe. Centraal staat dat de koffiebonen gebrand worden in het land van herkomst. Het merk wil binnen de industrie zoals die werkt succesvol zijn.

15:50 uur: Duurzaam denim Tony Tonnaer (Kings of Indigo)

Kings of Indigo wil het beste duurzame denimlabel zijn. En dat betekent bij het maken van iedere nieuwe collectie heel veel keuzes maken. Innovaties volgen elkaar zo snel op dat er elk jaar weer nieuwe technieken zijn waardoor het altijd weer beter kan.

16:00 uur: Interactief: Wat past bij jouw organisatie?

Van Hulley, Moyee Coffee en Kings of Indigo zijn drie mooie praktijkvoorbeelden van merken met een duidelijke missie. Welk concept of conceptelementen sluiten het meest aan bij jouw organisatie?

16:10 uur: Duurzaamheid en de rol van innovatie Richard Wilson (IKEA)

To create better everyday life for the many people, zo klinkt de missie van de Zweedse woonwarengigant IKEA. Dat vraagt om een heldere visie van waar de wereld naartoe gaat. Hoe zet het concern innovatie in om duurzaam bij te dragen aan zijn huidige businessbehoeften? En wat is de rol van het externe innovatielab Space 10?

16:30 uur: Goed verhaal! Maar wat is de impact? Eva Gouwens (Tony's Chocolonely) & Jacoline Plomp (Avance)

Chocolademerkt Tony's Chocolonely groeit in rap tempo, blinkt uit in storytelling, opende recent zijn eerste winkel en wil een chocoladefabriek, mét achtbaan. Het hogere doel: met de gehele branche op weg naar 100 procent slaafvrije chocolade. Goed verhaal, maar hoe meten ze hun eigen impact?

17:00 uur: Afsluiting door de dagvoorzitter en aansluitend borrel en bites

Kom 9 mei ook naar Changemakers in Retail in de Metaal Kathedraal in Utrecht.

www.changemakersinretail.nl