

Dit is het programma van Changemakers in Retail 2018

01-05-2018 08:00



Changemakers in Retail is een 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 15 mei naar [Changemakers in Retail](#) in de Metaal Kathedraal in Utrecht en ontmoet pioniers en krijg praktische handvatten voor nieuwe businessmodellen, innovatie en leiderschap.

10:30-10:30 uur: Opening dagvoorzitter Frank Quix

10:40-11:10 uur: 40 years of unconventional business Alex Weller marketing director EMEA Patagonia
Een advertentie die oproept hun jack vooral níet te kopen. Alle winkels, distributiecentra en kantoren een dag dicht, zodat iedereen naar de stembus kan. En zonder morren een borgsom ophoesten voor demonstrerende medewerkers die zijn opgepakt. Welkom in de wereld van het Amerikaanse outdoormerk Patagonia. De opdracht die marketingdirecteur Alex Weller meekreeg van oprichter Yvon Chouinard: "Make sure people know we exist and give a shit that we exist."

11:10-11:30 uur: Zeg, wat kost dat product nou echt? Adrian de Groot Ruiz, executive director True Price

Het eerlijke prijskaartje. Wat is dat eigenlijk? En hoe bereken je dat? True Price rekende het uit voor onder meer chocolademark Tony's Chocolonely door de sociale en ecologische kosten zichtbaar te maken. Econometrist

Adrian de Groot Ruiz legt uit hoe jouw retailmerk tot zo'n eerlijk prijskaartje komt. True Price pleit daarbij niet voor hogere consumentenprijzen, maar voor transparantie van verborgen kosten.

11:30-11:50 uur: De keten transparant en hufterproof met blockchain Guido van Staveren van Dijk, oprichter Moyee Coffee

Blockchain: we hebben het er allemaal over, maar Moyee Coffee maakt er serieus werk van. Het pionierende koffiemarket betaalt sinds vorig jaar zijn FairChain-boeren via deze veel besproken technologie. Alle gegevens in de koffieketen, van oogst tot betaling, worden digitaal opgeslagen, transparant voor iedereen. Deze data zitten achter een cryptografisch slot. Met andere woorden, ermee knoeien kan niet, met als resultaat een eerlijke en volledige registratie van de keten. Koffieleut Guido van Staveren van Dijk over de eerste resultaten en lessen voor jouw organisatie.

11:50-12:10 uur: De kracht van verbeelding David Snellenberg, creative director Dawn & reclamemaker van het jaar

'Don't make people want stuff, make stuff people want', zo klinkt de missie van transformation agency Dawn. De kracht van verbeelding speelt daarin een cruciale rol, weet oprichter en creative director David Snellenberg. Hoe betover je de consument en creëer je een grote gedeelde ervaring via spraakmakende campagnes? Als één persoon daar antwoord op kan geven is het David Snellenberg, onlangs door vakgenoten verkozen tot reclamemaker van het jaar.

12:10-13:00 uur: Lunchpauze

13:00-13:20 uur: Ontdek jouw *big hairy audacious goal* Bart Brüggewirth, auteur Sterke merken, betere wereld

De samenleving heeft behoefte aan helden in de vorm van bedrijven en change agents binnen die bedrijven. Hun rol: bijdragen aan het oplossen van maatschappelijke problemen. Hoe wordt jouw retailmerk zo'n held? Bart Brüggewirth geeft handvatten voor het ontdekken van de maatschappelijke betekenis van jouw merk.

13:20-13:50 uur: Kan Unilever de wereld redden? Interview met Anniek Mauser, Unilever Benelux

Multinationals worden nog vaak gezien als ouderwetse machtsbolwerken, maar die enorme concerns zijn wel nodig om verandering te realiseren, constateert directeur duurzaamheid Anniek Mauser van Unilever Benelux. Hoe zet het Brits-Nederlandse concern zijn schaal in om impact te creëren? Hoe zorgt het ervoor dat deze boodschap terecht komt bij de 2,6 miljard consumenten die Unilever jaarlijks bereikt? En welke keuzes maak je als je zo'n breed merkportfolio hebt? Dagvoorzitter Frank Quix gaat in gesprek met Anniek Mauser. Brandende vragen uit de zaal zijn welkom!

14:00-14:30 uur: Parallelsessies, ronde 1

Deelnemers kunnen tijdens de parallelsessies een keuze maken uit drie verschillende workshops/interactieve sessies. De onderwerpen en sprekers worden snel bekendgemaakt.

14:30-15:00 uur: Pauze

15:00-15:30 uur: Parallelsessies, ronde 2

Deelnemers kunnen tijdens de parallelsessies een keuze maken uit drie verschillende workshops/interactieve sessies. De onderwerpen en sprekers worden snel bekendgemaakt.

15:40-16:00 uur: De mening als merkwaarde Margreet van Schaijck, brand manager Lush & Ruby Lee van Hoorn, pr manager Lush

De Britse cosmeticaketen Lush staat voortdurend op de barricaden. Het is wat je zegt een uitgesproken merk.

Neem bijvoorbeeld de Fair trial my arse-campagne tegen de gevangenhouding zonder eerlijk proces van terreurverdachten in Guantanamo Bay of gruwelijke dierproeven die worden nagebootst in een Londense etalage of Lush-medewerkers die in New York gekleed in slechts een schort de straat op gaan om aandacht te vragen tegen overmatig gebruik van verpakkingsmateriaal. Hoe komt het merk tot zijn standpunten en wat vraagt dat van de bedrijfscultuur?

16:00-17:00 uur: Ruimteschip Aarde André Kuipers, astronaut

André Kuipers zag de aarde zoals maar weinigen haar zagen: vanuit de ruimte. Hij vloog twee missies van in totaal 204 dagen, waarin hij elk anderhalf uur een rondje om de aarde maakte. Het leverde prachtige beelden op. Deze unieke blik brachten hem ook nieuwe inzichten. Onze planeet die rondzweeft in die ontstellend grote ruimte is maar een kwetsbaar ding.

17:00-18:00 uur: Borrel

Kom 15 mei ook naar Changemakers in Retail in de Metaal Kathedraal in Utrecht.

www.changemakersinretail.nl