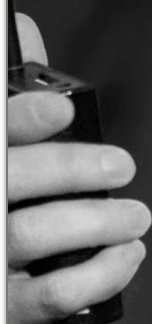


APRIL 25TH, RIGA

# RETAIL REWIRED:

A MASTERCLASS IN RETAIL & CONSUMER  
CULTURE AND THE STRATEGIC  
IMPLICATIONS



WITH

KEN  
HUGHES

World Renowned  
Consumer  
& Shopper Behaviorist

## MAZUMTIRDZNIECĪBAS DIGITĀLĀS STRATĒGIJAS DARBNĪCA KOPĀ AR VADOŠO PIRCĒJU UN PATĒRĒTĀJU UZVEDĪBAS PĒTNIEKU KENU HJŪZU, ĪRIJA.

2018. gada 25. aprīlis, sākums 10:00, angļu valodā.

Rīgas brīvostas pārvaldes  
konferenču centrs, Kalpaka  
12, Rīga.

**Biļetes:** [bezrindas.lv](http://bezrindas.lv)

- Agrā pieteikšanās:  
EUR 248 (Marts, 2018);
- Standarta biļetes cena:  
EUR 298 (Aprīlis, 2018);
- Biļetes cena īsi pirms  
pasākuma:  
EUR 398 (3 dienas);
- Atlaides grupām no 5 un  
vairāk dalībniekiem:  
EUR 50 atlaide katrai  
biļetei;
- ECR Baltic biedriem:  
ielūgums bez maksas!

Info +37126546645  
[info@ecr-baltic.org](mailto:info@ecr-baltic.org)

Skat. dienas kārtību 2.  
lapā.

**“Retail rewired” - vienas dienas apmācības par izmaiņām tirdzniecībā un  
pircēju uzvedībā, to ietekmi uz ražotāju (zīmolu) un mazumtirgotāju  
darbības stratēģiju.**

Šis ir iespējams visinteresantākais laiks strādāt tirdzniecībā! Tehnoloģijas ir ļāvušas attīstīt mums jaunus tirdzniecības kanālus sākot ar e-komercijas piegādi uz mājām, lojalitātes programmām vai klikšķini un savāc (click and collect) biznesa modeļiem. Paši pircēji ir piedzīvojuši nozīmīgas sociālas un uzvedības kultūras izmaiņas. Vienmēr tiešsaistē un es gribu visu tagad un tūlīt pircējs sagaida no mums kompetenci, pieredzi, ātrumu un elastību. Vairums tirgotāju jau ir investējuši jaunos biznesa veidos, kas ir devušas injekciju inovācijām Industrijā. Mākslīgais intelekts un koplietošanas ekonomika, ir lietas, kas tuvākajā nākotnē izmainīs pamatus uz kā līdz šim stāvējusi patērētāju ekonomika un kā mēs iepirksimies nākotnē!

Kā tas iespaido jūsu zīmolu vai biznesu? To uzzināsim piedaloties enerģiskā apmācību sesijā par mazumtirdzniecības nākotni, kur mēs esam un kādas būs pircēju un patērētāju prasības nākotnē?

**Ja jums nepatīk pārmaiņas, tieciet mums, pārmaiņu ignorēšanas sekas  
Jums nepatiks daudz vairāk!**

[Info in English](#)

# DIENAS KĀRTĪBA:

2018. gada 25. aprīlis, sākums 10:00, Kalpaka iela 12, Rīga

**10:00 - 10:30** Reģistrācija, kafijas pauze.

**10:30 - 11:00** Atklāšana, ECR Baltic un galvenā atbalstītāja uzruna.



**11:00 - 11:15** Mazumtirdzniecības tendences Baltijas valstīs. Anda Daliņa, Nielsen Latvia Mazumtirdzniecības klientu apkalpošanas nodaļas vecākā speciāliste

**11:15 - 12:00** Mazumtirdzniecības digitālās stratēģijas meistarklase ar Kenu Hjūzu.

- Mainīgā pasaule un ietekme uz pircēju
- 6 patērētāju paaudzes
- Patērētāju vērtība pāri nodrošinošo tehnoloģiju iespējām
- Socioloģiskās patērētāju vērtību izmaiņas
- Patērētājs, kas ir vienmēr tiešaistē

**12:00 - 13:00** Pusdienu pauze

**13:00 - 14:30** Turpinājums...

- Steidzīgie pircēji
- Hiper personifikācija
- Konteksta komunikācija tirdzniecībā
- Autentiskums, pircēju savstarpēja komunikācija un stāstu pārstāstīšana
- Produkta, pakalpojuma lietošanas pieredzes tirdzniecība (experiential retail)

**14:30 - 14:50** Kafijas pauze

**14:50 - 16:20** Turpinājums...

- Emocionālās saiknes veidošana
- Pārsteiguma momenta, iepirkšanās prieka veidošana un bauda par produktu, pakalpojumu.
- Ieskats nākotnē: ietekme un tirdzniecības saimniecisko darbību (operations) un zīmolvēdi.

**16:30** Jautājumi un atbildes, noslēgums.

## Kam būtu vērtīgi apmeklēt darbnīcu?

**Industrijas:** FMCG (Ātras aprites patēriņa preču - pārtika/ nepārtika), DIY (Mājai un Dārzam), elektroinstrumenti, elektronika, aptiekas, sabiedriskā ēdināšana, restorāni - viesnīcas, mēbeles, grāmatas un laikraksti, mājas priekšmetu un aksesuāru tirgotāji un ražotāji. CX (Pircēju pieredzes), sociālo mediju, eksperimentālā, digitālā, pircēju mārketinga aģentūras, CRM (klientu attiecību vadības) programmnodrošinājuma un pakalpojumu personifikācijas un citi pakalpojumu sniedzēji.

**Savukārt pēc nodarbošanās, ieteiktu:** CX (pircēju pieredzes), pircēju apkalpošanas, uzņēmumu mārketinga komandām (t.sk. Trade Marketing and Shopper

Marketing), pārdošanas, biznesa attīstības departamentu darbiniekiem. Būs noderīgas arī nelielu un vidēju uzņēmumu augstākajai vadībai.

Par lektoru:

**Kens Hjūzs (orģ. Ken Hughes)** ir vadošais pasaules pircēju un patērētāju uzvedības pētnieks, playlōģists un galvenais runātājs (keynote speaker) pircēju uzvedības un mārketinga konferencēs.

Kā vadošais Eiropas patērētāju un pircēju pētnieks Kens Hjūzs ir izmantojis savu lielo pieredzi patērētāju psiholoģijā, sociālajā antropoloģijā, uzvedības ekonomikā un neiomarketingā, lai atbildētu uz jautājumu, kuram viņš ir veltījis lielāko daļu savas karjeras: kāpēc pircēji pērk un ko mēs varam darīt, lai pircēji iegādātos vairāk?

Lai arī viņa vadītā pircēju izpratnes aģentūra Glacier Consulting sāka darbību kā tirgus izpētes organizācija, Kens ātri saprata, ka viņu interesē cilvēki nevis tirgi, to kā cilvēki pauž savas vēlmes, un cerības pērkot vienu vai otru produktu un pakalpojumu. Rezultātā viņa aģentūra ir konsultējusi pasaules mēroga zīmolus, tai skaitā: Unilever, 3M, IKEA, Coca-Cola, AXA un Heineken.

Kens ir atzīts par vienu no atzītākajiem ideju līderiem pircēju mārketingā un pircēju centrismā, daudzkanālu un digitālajā stratēģijā kā arī tirdzniecības futuroloģijā. Viņš ir nepilna laika profesors patērētāju uzvedībā, valdes loceklis un stratēģiskais padomnieks daudzās organizācijās jautājumos par patērētāju nākotni un pircēju tendencēm.

Viņa jaunākā [TEDx uzstāšanās](#) parāda viņa unikālo pieeju kā "Playlōģistam", motivējot individuus un korporatīvos klientus atbrīvot savu radošumu un gatavību inovācijām, apvienojot lietu izziņāšanu, jautrību, spēli, risku un izaicinot sevi no komforta zonas.

Savu vislielāko popularitāti Kens ir guvis kā runātājs starptautiskās konferencēs, kur vienmēr ir saņēmis labākās dalībnieku atsauksmes. Tai skaitā specializētos ražotāju un mazumtirdzniecības biznesa forumos un pircēju mārketinga darbnīcās Igaunijā, Latvijā un Lietuvā. Viņa Īru temperamenta aizraujošā un enerģiskā uzstāšanās garantē iedvesmojošu saturu un vielu pārdomām kā strādāt tālāk?

**Dažas no atsauksmēm nākošā lapā (tulcotas no angļu val. skat. vairāk atsauksmes: [www.kenhughes.info/testimonials/](http://www.kenhughes.info/testimonials/) un publikācijas presē: [www.kenhughes.info/medianew/](http://www.kenhughes.info/medianew/)**

[Info in English](#)

## ATSAUKSMES:

“Kens Hjūzs vadīja pircēju darbnīcu 40 mūsu Eiropas patērētāju, klientu un pircēju mārketinga vadītājiem. Darbnīca bija lielā mēra iedvesmojoša un tajā pašā laikā pietiekami praktiska, lai smeltās idejas ieviestu savā darbā ar pircējiem un klientiem. Atsauksmes bija lieliskas, un dalībnieki spontāni nāca pateikties par tik iedvesmojošu un pozitīvu meistarklasi, kādu sen nebija pieredzējuši. Ja Jums ir nepieciešams iedvesmojošs un pieredzējis treneris pircēju mārketingā, tad Kens Hjūzs ir Jūsu cilvēks, bet esiet gatavi, ka pēc treniņa Jūs raudzīsieties uz pircēju mārketingu pavisam savādāk nekā agrāk.”

GUIDO HAGENAARS, GLOBAL SHOPPER & MARKETING DIRECTOR, UNILEVER

“Mūsu pircēju mārketinga darbnīcu ar Kenu Hjūzu var aprakstīt vienā vārdā kā izaicinošs! Izaicinošu kā mēs attiecamies pret savu biznesu, kā attiecamies pret saviem klientiem, kā mēs komunicējam ar saviem pircējiem un kādus piedāvājumus veidojam gala patērētājiem. Pēc dalības darbnīcā mana komanda ne tikai iznāca ar skaidru definīciju kādi ir pircēju mārketinga labākās prakses piemēri, bet bija arī apņēmības pilni, kā padarīt to par neatņemamu daļu no tā, kā mēs strādājam nākotnē. Ļoti ieteicama sesija”.

ROBERT DRY, TIRDZNICĪBAS DIREKTORS, COCA-COLA POLIJA

### Darbnīcas galvenās atziņas:

- Tirdzniecība ir izmainījusies, ne produkti, ne zīmoli, ne veikals, tirdzniecības process kā tāds, bet pircējs mūsdienās ir visa centrs. Ir laiks būvēt Industriju atbilstoši pircēju vēlmēm un to kādā veidā pircēji grib tikt apkalpoti?
- Jaunievedumiem (inovācijām) ir jāklūst par pamatu tam kā pārdzīvot izmaiņas tradicionālajā un modernajā mazumtirdzniecībā. Mums jāiemācās būt ātriem un elastīgiem, lai reaģētu uz izmaiņām patērētāju uzvedībā un jaunajās tehnoloģijās.
- Tirdzniecība un pircējs ir kļuvuši dinamiski un vairs nav prognozējami, kā statistiski lielumi. Lai izdzīvotu nākotnē, arī pēc 2020. gada, ražotājiem un tirgotājiem ir jāpārskata sava biznesa stratēģija, patērētājam atvēlot galveno lomu, vienīgo, kas var garantēt biznesu arī nākotnē!

VIDEO PIEMĒRI —> <http://www.kenhughes.info/videos/>

[www.kenhughes.info](http://www.kenhughes.info)

@KenHughesIE

[Info in English](#)

ECR BALTIC  
EFFICIENT CONSUMER RESPONSE

**RETAIL REWIRED:**  
A MASTERCLASS IN RETAIL & CONSUMER CULTURE AND THE STRATEGIC

APRIL 25TH, RIGA

WITH  
**KEN HUGHES**  
World Renowned  
Consumer  
& Shopper Behaviorist

- Info +37126546645  
[info@ecr-baltic.org](mailto:info@ecr-baltic.org)

[Biļetes:](#)

BEZ RINDAS.LV

TICKETTO .EU