

e-commerce & Omni-Channel logistics II

για βέλτιστο customer experience

EARLY BIRD

ΕΩΣ 14/6



Διοργάνωση



Επιστημονική Υποστήριξη



**ΕΣΠΕΡΙΔΑ
ΤΕΤΑΡΤΗ
26/6/2019
15.30-20.30**

HOLIDAY INN
40,2 χλμ Αττικής Οδού
Παιανία

- Same-Day delivery
- Real-time rerouting
- Omni-channel
- One-view inventory
- Specific delivery time
- Digital-savvy consumers
- Rise of e-marketplaces
- Click & collect
- Supply chain disruption
- Crowdsourced logistics
- On-demand delivery
- Dark stores
- Flexible fulfillment networks
- Show-Rooming
- No-hassle Returns
- Millennials
- e-marketplaces
- Real-time demand management

Product Assortment
(depth, width, length, consistency)

Αποθήκευση & τεχνολογίες
για e-commerce

Fulfillment-Επίπεδα αποθεμάτων

Customer convenience & speed
(Αστική διανομή)

Η εμπειρία μιας ολοκληρωμένης πολυκαναλικής (omni-channel) προσέγγισης εμφανίζεται στο προσκήνιο για όσους στοχεύουν στο βέλτιστο "customer experience". Κορυφαίοι ομιλητές από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο ηλεκτρονικό εμπόριο θα αναλύσουν τα logistics του e-commerce και του omni-channel δίνοντας λύσεις σε καίρια ζητήματα.

Μέγας Χορηγός



Χρυσόι Χορηγοί



Χορηγοί



Χορηγοί Επικοινωνίας

Τιμητική Υποστήριξη



ΕΣΠΕΡΙΔΑ
ΤΕΤΑΡΤΗ
26/6/2019

HOLIDAY INN

Αγαπητοί φίλοι των Logistics και του ηλεκτρονικού επιχειρείν!

Με μεγάλη μας χαρά, σας καλωσορίζουμε στο δεύτερο συνέδριο του Supply Chain Institute που αφορά τα logistics του ηλεκτρονικού εμπορίου. Φέτος το συνέδριο κινείται γύρω από την ολιστική προσέγγιση των πολυκαναλικών (omni-channel) logistics με γνώμονα το βέλτιστο customer experience.

Σήμερα διανύουμε την εποχή των Millennials όπου αναμφίβοτα προέχει σαν concept η «εξατομίκευση» ή όπως θα ήλεγαν η προσωποποίηση των προϊόντων & των υπηρεσιών, καθώς τεχνολογία και ευελιξία «χτίζουν» το e-shop και off-line shop του μέλλοντος. Καθώς αρκεί μία **κακή logistics εμπειρία για να χάσει ο on-line retailer τον καταναλωτή**, στόχος του συνεδρίου είναι να παρουσιάσει τον κομβικό ρόλο και τη συμβολή των logistics προς αυτή την κατεύθυνση. Η εμπειρία μιας ολοκληρωμένης omni-channel προσέγγισης εμφανίζεται στο προσκήνιο.

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να υιοθετήσουν μεθόδους end-to-end supply chain που θα τις καταστήσουν λειτουργικά επικερδείς, μετατρέποντας τα logistics τους σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Κατ' επέκταση, στο συνέδριο θα παρουσιαστούν **μοντέλα μείωσης του logistics cost**, τρόποι ώστε το **fulfillment** να υποστηρίξει αποτελεσματικά και αποδοτικά την υπόσχεση που δίνει ο retailer στον e-καταναλωτή, μεθόδους αύξησης του convenience στο last mile και μείωση των χρόνων, τις συνθήκες υπό τις οποίες το **outsourcing** ενδείκνυται ως η βέλτιστη επιλογή.

Έτσι λοιπόν, σχεδιάσαμε για εσάς ένα συνέδριο όπου θα ακούσετε από καταξιωμένα στελέχη, εξειδικευμένους consultants, digital agents και ιδιοκτήτες ηλεκτρονικών καταστημάτων πως επιτυγχάνεται η βέλτιστη λειτουργία της εφοδιαστικής αλυσίδας στο e-commerce και το omni-channel.

Πρωταρχικός μας στόχος είναι οι συμμετέχοντες εκτός από την ευκαιρία ανταλλαγής απόψεων και δικτύωσης, να ενημερωθούν και φεύγοντας να έχουν αποκομίσει ουσιαστικές μεθόδους και λύσεις που θα μπορούν να εφαρμόσουν στο δικό τους ηλεκτρονικό κατάστημα!

Σας περιμένουμε λοιπόν την Τετάρτη 26 Ιουνίου.

Με φιλικούς χαιρετισμούς

Μαριτίνα Λάμπρου
Supply Chain Institute

Σταμάτης Ανδριανόπουλος
Planning



e-commerce
& Omni-Channel
logistics II

για βέλτιστο
customer
experience

ΤΑ ΝΟΥΜΕΡΑ ΔΕΙΧΝΟΥΝ



85,6% των online αγορών προέρχεται από εγχώριες επιχειρήσεις



4 στους 10 πολίτες στη χώρα μας είναι e-καταναλωτές, 1/4 του παγκόσμιου πληθυσμού



Στα νησιά η μεγαλύτερη αύξηση του e-commerce **45,7%** έναντι **40,6%** στην Αττική



60,3% οι ηλεκτρονικές αγορές σε ένδυση/υπόδηση/αθλητικά



5/10 e-καταναλωτές πλήρωσαν συνολικά αντίτιμο έως 99€ το 2018, ενώ 1/10 από 500€+



Το διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο αυξάνεται με ετήσιο ρυθμό **25%** αλλά τα logistics του παραμένουν ακριβή λύση για τους έλληνες λιανέμπορους



Το online εμπόριο ξεπέρασε το 2017 τα **6 δισ.** στην Ελλάδα και αναμένεται να διπλασιαστεί τα επόμενα 4-5 χρόνια



20-25% των on-line shoppers θα πλήρωναν επιπλέον κόστος από 1€ - 3€ για αυθημερόν παράδοση



5πλασιο το κόστος fulfillment στο omni-channel (από 3% της αξίας πώλησης στο συμβατικό λιανεμπόριο μπορεί να φτάσει 15% στο omni-channel)

ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ



Κριτήρια επιλογής on-line καταστήματος

Είναι εμφανές ότι τα 3 πρώτα κριτήρια είναι άμεσα συνδεδεμένα με τα logistics

- Product Assortment (depth, width, length, consistency)
- Customer convenience & speed
- Price (total cost to buy)
- Payment methods
- Easiness to navigate
- Security

ΕΣΠΕΡΙΔΑ
ΤΕΤΑΡΤΗ
26/6/2019

HOLIDAY INN



e-commerce
& Omni-Channel
logistics II

για βέλτιστο
customer
experience

Προκαταρκτικές υπηρεσίες logistics για να βρίσκονται τα προϊόντα στην κατάλληλη κατάσταση και κοντά στους τελικούς καταναλωτές:



Inventory processing



Logistics
(Picking, Packing,
labeling,
Product sorting)



Bundling



Rework



Shipment forwarding

ΕΣΠΕΡΙΔΑ
ΤΕΤΑΡΤΗ
26/6/2019

HOLIDAY INN

CONCEPT

Οι online αγοραστές συνεχίζουν την πολύ-καναλική τους συμπεριφορά και μάλιστα με αυξητικές τάσεις σε σχέση με το 2017. Τα 2/3 των συνολικών φυσικών τους αγορών τα πραγματοποίησαν, αφού έψαξαν ή ενημερώθηκαν online, ενώ 1/4 των συνολικών διαδραστικών αγορών έγινε αφού πραγματοποιήθηκε επίσκεψη σε φυσικό κατάστημα. **Το σύγχρονο μοντέλο του λιανεμπορίου περιλαμβάνει μία πιο σύνθετη δομή με on-line κατάστημα, φυσικά καταστήματα, outlet stores, shops-in-the shop, franchise stores.** Κάθε επιχείρηση που δραστηριοποιείται με την πολύ-καναλική αυτή προσέγγιση, καλείται να πάρει στρατηγικές αποφάσεις για την τροφοδοσία του δικτύου της, τον τρόπο επικοινωνίας των hubs στα σημεία λιανικής και την κάλυψη των αναγκών του πελάτη από διαφορετικά σημεία για online παραγγελίες. **Οι απαιτήσεις του πελάτη ορίζουν το last mile,** και οι εμπλεκόμενοι σε αυτό καλούνται να αποφασίσουν για το express delivery, same day delivery, τα ακραία παράθυρα, το εύρος των παραθύρων, τα pick-up points, τη δυναμική δρομολόγηση, το re-routing, τις παραδόσεις στα δυσπρόσιτα σημεία, τα αστικά κέντρα, τις εξαγωγές, το fulfillment. **Η προϊοντική γκάμα,** τα επίπεδα των αποθεμάτων και το forecasting στο προσκήνιο του συνεδρίου. **Λύσεις αυτοματοποιημένων αποθηκών για e-commerce,** παραδείγματα μικρών κέντρων διανομών που επικοινωνούν σε real time με τον courier και η **επιλογή outsourcing συνεργατών logistics** αποτελούν μέρος όσων θα εξετάσει το συνέδριο.

Είναι σαφές ότι μέσα σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον όπως αυτό του ηλεκτρονικού εμπορίου όλα αλληλίζουν με ταχείς ρυθμούς. Καμία επιχείρηση δε μπορεί να νιώθει ασφαλής εφαρμόζοντας μόνο τις ίδιες δοκιμασμένες συνταγές κάθε χρόνο. "Evolve or Die" είπε ο πρόεδρος της OKADO. **Τα logistics γίνονται ο ακρογωνιαίος λίθος του εμπορίου στην εποχή της ψηφιοποίησης.**



e-commerce
& Omni-Channel
logistics II

για βέλτιστο
customer
experience

ΟΙ 4 ΠΥΛΩΝΕΣ ΤΗΣ ΕΣΠΕΡΙΔΑΣ:



1 Προϊοντική γκάμα ABC vs XYZ analysis.



2 Επίπεδα αποθεμάτων & μέθοδοι one-view inventory



3 Αποθήκευση και εξειδικευμένες τεχνολογίες για e-commerce. Flexible fulfillment networks



4 Last mile. Αστική διανομή. Σύγχρονες τάσεις και εργαλεία για on-time & specific delivery time

ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

- **Omni-channel strategy**
- **Προϊοντική γκάμα & επίπεδα αποθεμάτων:** ABC analysis, colour product mapping, dead stock, e-commerce forecast, planning, procurement
- **Outsourcing e-commerce logistics:** πότε, με ποιες προϋποθέσεις, ποιες υπηρεσίες
- **Smart warehousing:** dark stores, hub automation, fulfillment centre, automated picking, goods-to-man picking, micro-picking, parcel logistics
- **Last mile, Direct to Customer (DTC)/ drop shipping, drones, instant delivery, parcel lockers, preferred location, ship from store, specific delivery time, re-routing, delivery notifications, payment methods, click & collect / pick from store**

Key note ομιλητές από μεγάλες ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις θα ανταλλάξουν τις απόψεις τους σε ένα discussion panel στο πρώτο μέρος του συνεδρίου, ενώ **κορυφαία success case studies** θα παρουσιαστούν κατά τη διάρκεια του δεύτερου μέρους. Όλοι οι παραβρισκόμενοι θα ακούσουν τα νέα δεδομένα και θα φύγουν με εφαρμόσιμες λύσεις.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

15:30 – 15:45	Προσέλευση
15:45 -17:45	A' ΜΕΡΟΣ: Τα logistics στην e & omni-channel εποχή του retailing «Logistics in digital retail environment» Νίκος Ξυδάς , Founder, HUMBLE Digital Agency «e-commerce: ευθυγράμμιση με τις απαιτήσεις της εποχής» Ν. Γκότζιας , Business Unit Manager, PLANNING Discussion Panel Ν. Βαρβαδούκας , Chief Omnichannel Officer/BoD, COSMOS SPORTS – Μέλος Δ.Σ. GRECA Φ. Σκαπινάκη , Supply Chain Consultant, LOGIKA Σ. Τσιλιγιάννης , Γενικός Διευθυντής, AVON Ε. Ρώσσης , Supply Chain Coordinator, LEROY MERLIN M. Pezzi , e-commerce Manager, ITSCARETIME Συντονίζει ο Π. Ανδριανόπουλος , Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος, PLANNING Televoting Q&A
17:45 -18:15	Διάλειμμα, networking
18:15-20:30	B' ΜΕΡΟΣ: E-commerce & omni-channel logistics in practice... 7 case studies δίνουν γνώση Mantis, Telenavis, Speedex, Pebro 3 cases από τον Σ. Ανδριανόπουλο , Executive Consultant, PLANNING

ΠΟΙΟΥΣ ΑΦΟΡΑ

- Ιδιοκτήτες και διευθυντικά στελέχη e-shops
- Ιδιοκτήτες και διευθυντικά στελέχη omni-channel επιχειρήσεων
- COOs και logistics managers επιχειρήσεων e-commerce
- CEO, COOs, εμπορικοί διευθυντές και διευθυντικά στελέχη εταιρειών 3PL
- Διευθυντικά στελέχη επιχειρήσεων Courier
- Διευθυντικά στελέχη και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων μεταφορών και διανομής
- Προμηθευτές συστημάτων πληροφορικής και επικοινωνιών
- Προμηθευτές εξοπλισμού και τεχνολογιών αποθηκών
- Προμηθευτές λογισμικού διαχείρισης λειτουργιών αποθήκης και αποθεμάτων

ΕΣΠΕΡΙΔΑ
ΤΕΤΑΡΤΗ
26/6/2019

HOLIDAY INN



e-commerce
& Omni-Channel
logistics II

για βέλτιστο
customer
experience

e-commerce II & Omni-Channel logistics II

για βέλτιστο customer experience

26/6/19
HOLIDAY INN



ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

Πληροφορίες Εταιρείας / Οργανισμού

Επωνυμία Εταιρείας/Οργανισμού:

Ταχ. Διεύθυνση: Ταχ. Κώδικας: Πόλη:

Τηλέφωνο: Fax:

E-mail: Website:

ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΤΟΥ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ:

Πλήρης Επωνυμία Εταιρείας/Οργανισμού:

Δραστηριότητα:

A.Φ.Μ.: Δ.Ο.Υ.:

Τηλέφωνο: Fax:

Αποστολή τιμολογίου υπόψη:

Πληροφορίες συμμετεχόντων

1ος συμμετέχοντας

Όνοματεπώνυμο: Θέση: E-mail:

2ος συμμετέχοντας

Όνοματεπώνυμο: Θέση: E-mail:

3ος συμμετέχοντας

Όνοματεπώνυμο: Θέση: E-mail:

Κόστος συμμετοχής

1 συμμετοχή: **140€** + ΦΠΑ, 2 συμμετοχές και άνω: **120€** + ΦΠΑ έκαστη.

Για συμμετοχές μέχρι 14/6 : 1 συμμετοχή: **110€** + ΦΠΑ, 2 συμμετοχές και άνω: **90€** + ΦΠΑ έκαστη.

Στην τιμή δεν περιλαμβάνεται ο αναλογούν ΦΠΑ.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ: Η συμμετέχουσα επιχείρηση / οργανισμός καταβάλλει με τη δήλωση συμμετοχής το σύνολο του κόστους συμμετοχής. Η καταβολή γίνεται μέσω τραπεζικής κατάθεσης στο λογαριασμό του δικαιούχου Supply Chain Sales & Customer Institute Ε.Π.Ε.

ALPHA BANK: **Αρ. 1460-0232-0014-886 IBAN: GR 22014014601460-0232-0014-886**

ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ: **Αρ. 5014-035505-261 IBAN: GR 3901720140005014035505261**

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ: **Αρ. 710/470170-42 IBAN: Gr3601107100000071047017042**

Οποιαδήποτε τροποποίηση ή ακύρωση της αγοράς πρέπει να αποστέλλεται γραπτώς στο info@scisce.eu.

- Σε περίπτωση ακύρωσης της συμμετοχής / των συμμετοχών μέχρι και δύο ημέρες πριν τη διεξαγωγή του έργου, το Supply Chain, Sales & Customer Institute τιμολογεί το 100% της αμοιβής που αντιστοιχεί στις ακυρωμένες συμμετοχές και το αφαιρεί από μελλοντική συμμετοχή της εταιρείας / ιδιώτη σε μελλοντικό σεμινάριο / συνέδριο του Supply Chain, Sales & Customer Institute.

- Σε περίπτωση ακύρωσης της συμμετοχής / των συμμετοχών μία ημέρα πριν τη διεξαγωγή του έργου ή σε περίπτωση μη εμφάνισης κατά τη διεξαγωγή του έργου, το Supply Chain, Sales & Customer Institute τιμολογεί κανονικά τη συνολική αμοιβή και η εταιρεία / ο ιδιώτης την εξοφλεί στο 100% χωρίς συμψηφισμό σε μελλοντικό σεμινάριο / συνέδριο.

Υπογραφή

Όνομα υπογράφοντος

Ημερομηνία