

DEVCOM Midi-Pyrénées

Programme des événements

20 octobre 2011

09H00-09H55

AEC8 - Comment rédiger un cahier des charges de site web ou d'e-commerce? | Salle : AMPHI 4

TV3 - Top Managers | Salle : Plateau TV

P3 - Réseaux sociaux, CTI, indicateurs de performance, multicanal, leads nurturing, mobilité... Que doit contenir impérativement votre solution de CRM en 2011 ? | Salle : Salon des entrepreneurs

M5 - 7 idées décapantes pour repenser en profondeur votre plan d'action marketing/communication en 2012 | Salle : AMPHI 2

AEC13 - QRcode, géolocalisation, applications... Comment maîtriser le marketing mobile ? | Salle : AMPHI 3

09H00-09H25

ING - Inauguration de la 8ème édition du DEVCOM | Salle :

10H40-11H25

ATM3 - Publicité on-line, Adwords, SEO : quelles différences pour quels objectifs ? | Salle : AMPHI 3

AEC2 - Les 5 clefs fondatrices pour maximiser votre rentabilité. 2 professionnels du e-Commerce et de la Vente à Distance Multicanal témoignent | Salle : AMPHI 2

M1 - PME, comment trouver des prestataires marketing fiables | Salle : GRAND - AMPHI

TROPHEE - Assistez sous vos yeux à l'élection des meilleures solutions de productivité pour doper vos ventes Challenge de la compétitivité commerciale... chaque candidats aura trois minutes pour convaincre ! | Salle : Plateau TV

AEC9 - Places de marché, E-Commerce et stratégie multi-canal...Comment accélérer sa croissance commerciale avec E Bay et l'Adie ? | Salle : AMPHI 4

11H30-11H55

TV1 - Emission TV : Comment profiter de 3 révolutions dans l'E pub pour doper votre trafic ? | Salle : Plateau TV

Livre - Jean-Paul CRENN dédicacera son nouvel ouvrage : "V.A.D.OR réussir e-commerce et vente à distance" sur le stand de la librairie | Salle :

AEC10 - Comment optimiser les ventes de sa boutique en ligne ? (animé par Prestashop, en partenariat avec eBay) | Salle : AMPHI 4

11H55-12H40

AEC1 - Comment utiliser internet pour générer du trafic dans votre établissement ? | Salle : AMPHI 2

AEC6 - Les 5 étapes clés pour choisir sa solution de paiement en ligne | Salle : Salon des entrepreneurs

P1 - Le B2B : la face cachée de Magento ! | Salle : AMPHI 3

ATM1 - Comment être visible sur Google, Yahoo et Bing et optimiser son retour sur investissement avec les liens sponsorisés ? | Salle : GRAND - AMPHI

AEC11 - Comment doper ses ventes en ligne en maîtrisant son éventail de moyen de paiement(animé par PayPal) | Salle : AMPHI 4

TV Passion - Emission Place du Commerce : Les conséquences de la Loi de Modernisation de l'Economie sur le commerce & La réforme de l'Urbanisme commercial | Salle :

12H40-13H20

TV2 - Remise des Trophées eBay de l'Entrepreneuriat et de la Réussite | Salle : Plateau TV

12H40-13H25

Livre 2 - Jacques Digout dédicacera son nouvel ouvrage pédagogique : | Salle :

13H25-14H10

AEC5 - Solutions e-commerce : vers une nouvelle génération ? | Salle : Salon des entrepreneurs

VT1 - Les clés de la communication 2.0 et de l'usage des réseaux sociaux se terminera à 14h40 | Salle : AMPHI 3

TROPHEE - Trophée du Marketing Multicanal | Salle : Plateau TV

M6 - Radio, Presse, Affichage... A l'heure des réseaux sociaux, comment utiliser les médias locaux à mini budget ? | Salle : AMPHI 4

ATM5 - E-mailing : Les 11 règles d'or pour maximiser votre impact | Salle : AMPHI 2

14H10-14H40

TV4 - Emissions TV : Multicanal 360° : Plan d'action marketing 2012 - Trois directeurs marketing témoignent | Salle : Plateau TV

14H40-15H25

AEC7 - Les 10 recettes d'un site e-commerce performant | Salle : AMPHI 4

M2 - Comment réussir la mise en œuvre de votre stratégie de vente, de marketing et de communication multicanal ? | Salle : AMPHI 2

TROPHEE - Trophée de l'Ecommerce | Salle : Plateau TV

P2 - Comment organiser votre prospection commerciale ? QUID de son externalisation ? | Salle : AMPHI 3

AEC12 - Les clefs d'un contrat de prestation réussi | Salle : SALON DU LAC

15H25-15H55

TV5 - Destination Jeunes Entreprises | Salle : Plateau TV

15H55-16H40

AEC3 - Comment développer votre e-boutique et votre activité e-commerce ? | Salle : SALON DU LAC

ATM4 - Comparateurs de prix et marketplaces : les nouveaux leviers de génération de business pour un site ecommerce | Salle : AMPHI 2

Trophée - Trophée "Jeunes Entreprises" | Salle : Plateau TV

M3 - VAD de produits du terroir : Comment optimiser l'efficacité de votre fichier client ? | Salle : Salon des entrepreneurs

P4 - Quels sont les modes de rémunération, les formations et les méthodes de coaching efficaces qui décuplent vos ventes ? | Salle : AMPHI 4

16H40-17H00

TV6 - Performance Industrielle | Salle : Plateau TV

17H00-17H45

AEC4 - Blogs, réseaux sociaux, géolocalisation, M-business... Comment intégrer les nouveaux leviers de l'E-Marketing ? | Salle : AMPHI 4

M4 - Comment rentabiliser votre participation à des salons ou l'organisation de vos événements et relations publiques ? | Salle : AMPHI 2

ATM2 - Ergonomie, e-merchandising, testing, analytics... Comment augmenter votre taux de conversion et fidéliser ? | Salle : AMPHI 3

VT3 - Externalisation, stagiaire, expert... A qui confier les médias sociaux dans votre entreprise ? | Salle : SALON DU LAC

Trophée - Trophée Industrie | Salle : Plateau TV

P5 - Coupler votre site eCommerce à vos outils de gestion, à votre ERP | Salle : Salon des entrepreneurs

Salle : AMPHI 4.

DÉFINIR LA BONNE STRATÉGIE ONLINE En quoi la définition d'une webstratégie est fondamentalement différentes en 2011 de celle conduite en 2008 ? Quels agrégats "tangibles permettent" de mesurer l'impact de votre web stratégie : Ranking sur Google et autres moteurs de recherche, nombre d'e-mailing en votre possession, nombre d'abonnés à votre news, nombre de visites uniques... Quels outils, site web, outils de tracking, moteurs de recherche et comparateurs de prix permettent d'évaluer la pertinence de votre plan d'action ?

COMMENT NE PAS SE TROMPER DANS SES CHOIX TECHNIQUES Quelles architectures pour votre site ? Comment analyser votre projet, sa valeur ajoutée et sa différenciation ? HTML, PHP, XML, applets JAVA... : quel langage de développement choisir ? Faut-il miser sur les technologies du web 2.0 (ajax notamment) ? Quelle est la meilleure optimisation de configuration de votre site ? Votre site doit-il être "Web 2.0" (UCG) ?

COMMENT OPTIMISER SON ERGONOMIE ? Que faut-il impérativement intégrer en 2010 en matière d'IHM (Interface Homme Machine) ? Quel est l'intérêt d'un test d'ergonomie de site ? Quelles sont les règles de base de l'ergonomie d'un site marchand ? Qu'est ce qu'une bonne page d'accueil ? Comment construire l'arborescence et la structure d'un site de e-commerce ? Qu'appelle-t-on zones chaudes et froides sur un site ? Comment bien gérer la résolution et les images ? Frame et pop up : quels sont les pièges à éviter ? Comment mettre en avant les liens ? Quelles sont les mentions légales à faire figurer ?

QUELS LEVIERS DE CRÉATION DE TRAFIC SUR VOTRE SITE MARCHAND EN 2010 ? Quels sont les 50 sites web les plus visités en France, Benelux, en Europe et aux US et pourquoi ? Comment connaître la place de votre site face à vos concurrents ? Référencement, e-mailing, bannières, affiliation, comparateurs, échange de liens, campagnes off line... Quelles solutions existent pour créer du trafic sur votre site web ? Quelles techniques utiliser pour créer du buzz autour de votre site internet ? Comment s'inspirer efficacement des sites de référence pour optimiser la mise en avant de vos produits ?

COMMENT CHOISIR LE BON PRESTATAIRE ET RENTABILISER SES INVESTISSEMENTS ? Quels sont les critères pertinents pour bien sélectionner votre prestataire ? Quel budget faut-il prévoir pour vos opérations ? Quels sont les écueils à éviter ? Comment calculer son ROI ?

Intervenant : Frédéric FAGES - Fondateur, 123PRESTA

Salle : Plateau TV.

Découvrez sur le Plateau TV et sur vos chaînes préférées les conseils des meilleurs experts

Resumé : Les dirigeants des entreprises à forte croissance qui ont marqué l'année témoignent.
26 minutes de performance commerciale garantie.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

Salle : Salon des entrepreneurs.

Resumé : Avec le développement des solutions de gestion de la relation client, des applications de mobilité des outils de BI, de couplage téléphonie informatique, de devisage automatisés... L'organisation commerciale de nombreuses entreprises a été entièrement repensée pour être plus efficace, plus réactive, plus pointue. Profitez en 45 minutes des 7 étapes stratégiques et opérationnelles qui détaillent vos leviers technologiques de performance commerciale pour les 36 prochains mois.

Quels sont les bénéfices concrets d'une solution de CRM en 2010 ? Pourquoi les outils de CRM dopent-ils la productivité de vos équipes commerciales ? Quelles entreprises exploitent à vos yeux de manière exemplaire les bénéfices des solutions de CRM ?

Quelle place doit occuper votre solution de CRM au sein de votre système d'information global? Est-il aujourd'hui "simple et peu coûteux" de coupler votre solution de CRM avec le progiciel de gestion de l'entreprise (ERP) ? Comment coupler votre solution de CRM avec votre web-stratégie ? Comment coupler votre service vente avec un centre de relation client multicanal (téléphone, point de vente...) ? Comment s'assurer de la qualité des données ? Comment se doter des outils de reporting appropriés ? Élaborer et mettre en application des stratégies de gestion de la relation client. Suivre l'état et la qualité de vos relations avec la clientèle.

Outils de scoring, deviseurs automatiques ? Quelles fonctionnalités doit comporter votre solution de CRM ? **Quelles architectures, quelles briques technologiques ? Quel environnement pour mettre en place une solution de CRM ?** En quoi les solutions du marché sont-elles différentes de celles de 2005 ? Quelles technologies doivent impérativement contenir vos outils de CRM pour affronter les enjeux technologiques et opérationnels des forces de ventes en 2010 ? Base de données clients, outils de "scoring", de prévision des ventes, d'optimisation des forces commerciales, deviseurs automatiques, couplage téléphonie informatique, faut-il miser sur une solution à la demande (SAS, ASP) ?

Comment assurer l'adhésion des équipes commerciales et de l'entreprise au projet ? Faut-il motiver en priorité les commerciaux et comment les inciter à travailler avec ce type d'outils ? Comment intégrer la multiplication des canaux ? Répondre aux besoins fonctionnels de l'entreprise. Accompagner la mise en place du logiciel d'une ré ingénierie de l'organisation. Assurer des formations métier et des formations à l'outil. Bien évaluer le retour sur investissement. S'assurer de l'engagement de la direction.

Comment chiffrer un projet de CRM et calculer son retour sur investissement ? Combien coûtent les licences d'exploitation d'une solution de CRM ou son accès en location (ASP) ? Comment quantifier le retour sur investissement ?

Comment repenser votre organisation commerciale et marketing en associant vos outils de CRM et les nouveaux canaux de vente interactifs? Sur quelles technologies faut-il miser ? A quel coût ? Pour quel rendement ? Comment profiter du boom des ventes sur le web et du webmarketing pour augmenter son chiffre d'affaires, sa marge et son ratio de fidélisation client ?

CRM, e-services, mobilité : Comment associer votre CRM avec tous les leviers du webmarketing marketing client amont et aval : e-mailing, fidélisation, search marketing, blog, web analytics, SMS... Quel nouveaux services cela engendre-t-il avec quels bénéfices attendus ? Quelles solutions ? Quelles démarches produit ?

Réseaux sociaux, couplage téléphonique, indicateurs de performance, leads nurturing... Que doit contenir impérativement votre solution de CRM en 2011 ?

Intervenant : Frédéric CANEVET - Chef de Marchés, SAGE CRM

09H00-09H55 7 idées décapantes pour repenser en profondeur votre plan d'action marketing/communication en 2012 M5

Salle : AMPHI 2.

Resumé : 45 minutes d'idées novatrices et opérationnelles pour comprendre les consom'acteurs, optimiser vos campagnes et vos canaux de communication pour doper vos ventes

Le sujet est tabou mais les signes avant coureurs semblent l'annoncer... la publicité traditionnelle telle qu'on la connaît aujourd'hui va-t-elle disparaître ?

Feeds, Twitts, Social marketing, advergaming, géolocalisation, scores de réputation, serious games... Quels néologismes d'origine anglo-saxone et nipponne vont envahir nos plans d'action 2010 ? Quelles idées fortes y a-t-il pour votre entreprise ?

E-mail, réseaux sociaux, mobiles, skype, messagerie instantanée... Pourquoi et comment « multicanaliser » ses prospects et clients » ? Quel outils et quel plan d'action ultra-personnalisé peuvent-ils générer ?

Intégral Marketing et database analytics : Pourquoi et comment les outils du webanalytics permettront dès 2010 de mesurer vos retours sur investissements média (TV, presse, radio...) et de mettre tous vos canaux sur un pied d'égalité (vente, communication, distribution...) ?

Animateur : Frédéric Nicolas - Responsable Développement, MLG consulting

09H00-09H55 QRcode, géolocalisation, applications... Comment maîtriser le marketing mobile ? AEC13

Salle : AMPHI 3.

Intervenant : Yannick CALLEGARO - Chef des Ventes Midi Pyrénées, MEDIAPOST

09H00-09H25 Inauguration de la 8ème édition du DEVCOM ING

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

10H40-11H25 Publicité on-line, Adwords, SEO : quelles différences pour quels objectifs ? ATM3

Salle : AMPHI 3.

Que sont la publicité online, les adwords et le SEO ?

a- La publicité online : définition du display / emailing / intégrations opérations spéciales et branding

b- Adwords : définition des contextes d'utilisation et du mode de fonctionnement

c- SEO : rappel des fondamentaux à mettre en place

Quels objectifs et caractéristiques de chacun ?

d- Publicité online :

a. Display : image / branding / ciblage / création de trafic ... (avec illustration par des cas concrets)

b. Emailing : recrutement / communication sur un événement particulier / ciblage (avec illustration par des cas concrets) c. Intégration, Opérations spéciales... : branding, dialogue

conso, positionnement de la marque (avec illustration par des cas concrets)

e- Adwords : dans quel cadre les utiliser ? Quel budget y consacrer ? Quels sont les écueils à éviter ? f- SEO : fréquence, coût, ROI ?

Questions Réponses

Intervenant : Sylvana DE SOZA - , 3W REGIE

10H40-11H25 Les 5 clefs fondatrices pour maximiser votre rentabilité. 2 professionnels du e-Commerce et de la Vente à Distance Multicanal témoignent AEC2

Salle : AMPHI 2.

Resumé : Avoir de l'activité c'est bien, être rentable c'est mieux.

Les 2 conférenciers sont des praticiens expérimentés, qui ont appliqué toutes les techniques et procédures qu'ils vous présentent. Ils dirigent et ont dirigé des entreprises qui,

toutes, se sont distinguées par leur rentabilité. Ils ont « payé pour voir ».

Aujourd'hui, ils partagent avec vous leur expérience du e-Commerce et de la Vente à Distance en Multicanal.

Dans un domaine où les erreurs coûtent cher, ils vous font part des 5 clefs fondatrices pour avoir de l'activité et surtout pour maximiser votre rentabilité. De manière pratique, concrète et facilement applicable.

Intervenant : Jean-Paul CRENN - Gérant, WEBCOLIBRI

Intervenant : Denis VIDAL - Formateur et consultant, -

10H40-11H25 PME, comment trouver des prestataires marketing fiables M1

Salle : GRAND - AMPHI.

Resumé : Les 6 étapes de la démarche pour bien choisir son prestataire marketing

L'Adetem, 1er réseau de marketers en France, présente son projet pour les PME, réalisé avec le soutien de la DGCIS du Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie :

La création d'une marque collective de prestataires marketing, spécialisés dans les services aux PME, ayant signé une charte déontologique. Et pour rompre "l'isolement

marketing" du responsable de PME, réalisation d'une plateforme de mise en relations, d'échanges de services et de ressources marketing pour les PME.

Où trouver les prestataires, comment les sélectionner ? Comment exprimer votre besoin : le brief ! Comment mettre les prestataires en concurrence ? Les règles d'or pour obtenir le meilleur d'un prestataire...

Intervenant : Catherine BOUGEOIS - Directeur du développement et des nouveaux projets, ADETEM - Association Nationale des professionnels du Marketing

10H40-11H25 Assistez sous vos yeux à l'élection des meilleures solutions de productivité pour doper vos ventes Challenge de la compétitivité commerciale... chaque ca TROPHEE roi

Salle : Plateau TV.

Présents au Devcom les meilleurs directeurs commerciaux arbitrent sous vos yeux les meilleures speed démos en matière de performance commerciale.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

10H40-11H25 Places de marché, E-Commerce et stratégie multi-canal...Comment accélérer sa croissance commerciale avec E Bay et l'Adie ? AEC9

Salle : AMPHI 4.

Resumé : **10H40-11H00 : eBay**

Créé en 2000, eBay.fr est le leader du e-commerce en France avec plus de 9 millions de visiteurs uniques par mois*. Depuis plus de dix ans, eBay.fr se présente comme un canal

de distribution innovant pour des dizaines de milliers de vendeurs professionnels et leur permet d'optimiser leurs ventes grâce à un large éventail d'outils conçus pour eux.

Pourquoi doit-on considérer les places de marché en ligne comme des accélérateurs de croissance ?

Grâce à ses trois modes transactionnels (achats immédiats, enchères, petites annonces), dans quelle mesure eBay se présente-t-il comme une solution adaptée aux besoins de

chaque vendeur ?

Quels services la place de marché met-elle en place pour aider les vendeurs à accroître leur chiffre d'affaire et développer leur portefeuille clients, notamment à l'international ?

Et dans ce cadre, pourquoi le m-commerce et la nouvelle application eBay mobile qui permet d'acheter et vendre via les smartphones, représente un nouveau potentiel de

croissance pour vous vendeurs ?.

11H05-11H25 Adie

Microfinancement : un financement et un accompagnement pour bien démarrer

11H30-11H55 Emission TV : Comment profiter de 3 révolutions dans l'E pub pour doper votre trafic ? TV1

Salle : Plateau TV.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

Intervenant : Jacques DIGOUT - Directeur du Centre de Recherche , ESC Toulouse

Intervenant : Céline FUEYO - Chargée de Projets de Recherche MleC (Marketing Internet et Communication), Groupe ESC Toulouse

Intervenant : Renaud ROUALDES - Consultant SI & Professeur Affilié, ESC-Toulouse - MiSiad SARL

11H30-11H55 Jean-Paul CRENN dédicacera son nouvel ouvrage : "V.A.D.OR réussir e-commerce et vente à distance" sur le stand de la librairie Livre

11H25-11H55 Comment optimiser les ventes de sa boutique en ligne ? (animé par Prestashop, en partenariat avec eBay) AEC10

Salle : AMPHI 4.

11H55-12H40 Comment utiliser internet pour générer du trafic dans votre établissement ? AEC1

Salle : AMPHI 2.

Intervenant : Thierry ZENOU - Directeur Agence Toulouse, PagesJaunes

11H55-12H40 Les 5 étapes clés pour choisir sa solution de paiement en ligne AEC6

Salle : Salon des entrepreneurs.

Quelle démarche adopter pour lancer votre projet de vente en ligne ?

Quelle méthode appliquer pour choisir sa solution de paiement ?
Quels modes de paiement pour optimiser vos ventes ?
Quels sont les services complémentaires à intégrer sur votre boutique ?
En conclusion, quelle est la clé de réussite d'un projet e-commerce ?

Intervenant : Emmanuel JOUVE - Responsable de projets Marketing E-commerce, Banque Populaire

Intervenant : Emmanuel JOUVE - Responsable de projets Marketing E-commerce, Banque Populaire

11H55-12H40 Le B2B : la face cachée de Magento !

P1

Salle : AMPHI 3.

Resumé : Magento est actuellement une des plates-formes e-commerce les plus abouties. Elle a déjà fait ses preuves dans le domaine du B2C mais qu'en est-il du B2B ? Grilles tarifaires, contacts multiples, gestion des sociétés, gestion en compte, facturation hors commandes, devis, e-procurement, gestion multidépôts ne sont que quelques-unes des spécificités du B2B. Xi Ingénierie, partenaire Gold Magento, est au cœur de ces nouveaux enjeux. Ses experts détailleront les contraintes spécifiques d'adaptation et d'intégration et présenteront des solutions qui allient stratégie, processus métier et technologies. Une autre vision de Magento dans le développement de votre activité e-commerce. Quelles sont les différences entre le B2B et le B2C? Approche commerciale, marketing, technique, méthodologique?

Intervenant : Emmanuel HAARDT - Co-Gérant, Xi Ingénierie

11H55-12H40 Comment être visible sur Google, Yahoo et Bing et optimiser son retour sur investissement avec les liens sponsorisés ?

ATM1

Salle : GRAND - AMPHI.

Comment accroître ses ventes et sa visibilité sur Google, Yahoo et Bing grâce aux liens sponsorisés ?
Comment évaluer le ROI (Retour sur Investissement) de sa campagne SEM ?
Quelle complémentarité entre les différents leviers e-marketing (SEO, SEM, Emailing, affiliation...)?
Pourquoi confier sa campagne de liens sponsorisés à une agence spécialisée ?
Quels sont les pièges à éviter lorsqu'on débute en SEM (Search Engine Marketing) ?

Intervenant : Jean Philippe HORARD - Directeur Marketing, HOYADO

11H55-12H40 Comment doper ses ventes en ligne en maîtrisant son éventail de moyen de paiement(animé par PayPal)

AEC11

Salle : AMPHI 4.

Resumé : Avec le développement du e-commerce, le nombre de transactions a augmenté de manière significative, engendrant une diversification des moyens de paiement en ligne.
Dans ce paysage concurrentiel, PayPal est le leader depuis plus de dix ans avec 5 millions de comptes actifs en France et 100 millions dans le monde, et permet à de nombreux professionnels de se lancer sur Internet et de doper leurs ventes en ligne.
Dans quelle mesure PayPal incite-t-il à l'acte d'achat en ligne ?
Comment PayPal permet-il d'élargir son éventail de clients et d'encourager les transactions à l'international ?
Quelles sont les conditions de garanties qu'offre PayPal ?
Comment l'insertion de PayPal sur le mobile aide-t-il à accroître son chiffre d'affaire ?

11H55-12H40 Emission Place du Commerce : Les conséquences de la Loi de Modernisation de l'Economie sur le commerce & La réforme de l'Urbanisme commercial TV Passion

Resumé : **Place du commerce** A travers des chroniques et des interviews, cette émission répond de manière concrète aux possibilités d'aujourd'hui et de demain d'utilisation des outils numériques pour votre commerce : Géolocalisation, boutique en ligne, réalité augmentée, E-formation

Retrouvez sur le plateau TV au cœur de l'événement les acteurs clés du commerce de votre territoire ainsi que des experts nationaux du secteur.

Commerçant indépendant, franchisé, acteur de la grande distribution... assistez en direct à un concentré d'informations pratiques et innovantes pour booster votre développement !

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

12H40-13H20 Remise des Trophées eBay de l'Entrepreneuriat et de la Réussite

TV2

Salle : Plateau TV.

Les « Trophées eBay de l'Entrepreneuriat et de la Réussite » ont pour objectifs de reconnaître la vitalité économique, l'originalité et l'innovation. Ils distingueront des entrepreneurs qui tous les jours appliquent ces règles et utilisent la place de marché eBay pour développer leurs activités, promouvant ainsi le commerce en ligne, vecteur de croissance économique au travers de l'ensemble du tissu économique français. Et grâce également à ces entrepreneurs, l'utilisation des technologies de l'information et de la communication

s'étend sur l'ensemble du territoire français.

Le jury, composé de représentants des acteurs économiques, sélectionnera les 3 lauréats au niveau régional après étude des dossiers. Pour le gagnant national, le jury, constitué des partenaires nationaux, décidera du lauréat national.

Intervenant : François COUMAU - Directeur Europe du Sud, eBAY

12H40-13H25 Jacques Digout dédicacera son nouvel ouvrage pédagogique : Livre 2

Resumé :

13H25-14H10 Solutions e-commerce : vers une nouvelle génération ? AEC5

Salle : Salon des entrepreneurs.

Resumé : « Solution peu coûteuse », « site marchand prêt à l'emploi », « e-commerce à la portée de tous »... Contrairement aux effets d'annonces, gagner de l'argent sur le web devient de plus en plus complexe.

Le secteur du e-commerce se professionnalise. La concurrence, à portée de clic, est toujours plus forte et les coûts pour générer de la visibilité augmentent. Aujourd'hui, pour vendre et dégager de la marge avec un site e-commerce, il faut disposer d'une solution performante et évolutive qui vous permette de vous imposer en leader dans votre domaine. A travers quelques cas client, découvrez les quatre piliers fondamentaux qui définissent une stratégie e-commerce gagnante.

Intervenant : Christophe PERRINET - Directeur Général, Octave.biz

13H25-14H10 Les clés de la communication 2.0 et de l'usage des réseaux sociaux se terminera à 14h40 VT1

Salle : AMPHI 3.

Quelles sont les clés et bonnes pratiques pour communiquer à l'heure du 2.0?

Quelles sont les erreurs à ne pas commettre?

Quels sont les bénéfices?

Quelle est la bonne stratégie à adopter?

Intervenant : Elodie HENNION - Partnerships Manager France, VIADEO

13H25-14H10 Trophée du Marketing Multicanal TROPHEE

Salle : Plateau TV.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

13H25-14H10 Radio, Presse, Affichage... A l'heure des réseaux sociaux, comment utiliser les médias locaux à mini budget ? M6

Salle : AMPHI 4.

13H25-14H10 E-mailing : Les 11 règles d'or pour maximiser votre impact ATM5

Salle : AMPHI 2.

14H10-14H40 Emissions TV : Multicanal 360° : Plan d'action marketing 2012 - Trois directeurs marketing témoignent TV4

Salle : Plateau TV.

Assistez en direct à l'enregistrement de l'émission avec les meilleurs experts du Marketing

Resumé : La période de grande incertitude mondialisée et le boom des nouveaux canaux et technologies du marketing vont changer en profondeur la contenu des plans d'action marketing à venir. Afin de vous aider à préparer 2012, l'ADETEM vous invite à assister à l'enregistrement public de l'émission de TV "Multicanal 360°". A cette occasion trois dirigeants marketing partageront leurs expériences et leurs analyse autour d'une revue de presse en 3 questions.

L'ADETEM vous propose une confrontation de regards critiques et d'analyses de haut niveau, pour préparer vos opérations grands public et business to business 2012.

Nouveaux comportements du consommateurs : quel impact sur les plans d'actions 2012 ? Que faut-il préserver à tout prix ? Études à l'appui les dirigeants marketing commentent les tendances clés.

Comment gérer efficacement vos arbitrages entre les différents canaux marketing : canaux classiques, cross média, réseaux sociaux. Quels nouveaux outils faut-il impérativement intégrer à votre plan d'action ?

Le webmarketing est mort vive le M marketing ! Les études sont formelles à moins de 5 ans plus de 95% des internautes seront en situation de mobilité. Quel impact pour votre webmarketing ? Que faut il repenser ?

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

14H40-15H25 Les 10 recettes d'un site e-commerce performant AEC7

Salle : AMPHI 4.

Resumé : Avec plus de 50 000 boutiques installées dans le monde dont 15 000 en France, PrestaShop est leader sur le marché de l'e-commerce. A travers des cas clients, PrestaShop vous fait découvrir les 10 recettes d'une activité e-commerce gagnante. Venez découvrir la simplicité et la puissance de la solution PrestaShop, qui regroupe déjà plus de 260 fonctionnalités ! PrestaShop vous donne les clés pour entrer dans une démarche e-commerce efficace : choix de la plateforme technique, référencement, ergonomie, catalogue en ligne, promotion des ventes, augmentation du panier moyen, réseaux sociaux, mobile commerce, indicateurs-clés, service après-vente. La mission de PrestaShop au quotidien : faire profiter les e-commerçants des dernières et meilleures fonctionnalités du web !

Intervenant : Christophe CREMER - Directeur , Prestashop

14H40-15H25 Comment réussir la mise en œuvre de votre stratégie de vente, de marketing et de communication multicanal ?

M2

Salle : AMPHI 2.

Qu'est-ce que le multicanal ?

Quelles sont les composantes d'une stratégie multicanale ?

Comment concilier réseau de franchisés et vente sur Internet ?

Peut-on avoir des VRP et un site de e-commerce ?

Comment mener une politique tarifaire cohérente ?

Comment éviter de cannibaliser des ventes ?

Intervenant : Yannick CALLEGARO - Chef des Ventes Midi Pyrénées, MEDIAPOST

14H40-15H25 Trophée de l'Ecommerce

TROPHEE

Salle : Plateau TV.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

14H40-15H25 Comment organiser votre prospection commerciale ? QUID de son externalisation ?

P2

Salle : AMPHI 3.

Resumé : La prospection commerciale constitue l'une des trois priorités majeures des dirigeants des entreprises européennes. Or depuis l'époque où un commercial prend son téléphone et sa voiture pour rencontrer les clients, beaucoup de PME estiment que les choses ont très peu évolué. Cette conférence va vous prouver le contraire :

QUELLES TENDANCES PROFONDES EN MATIÈRE DE PROSPECTION COMMERCIALE ? Qu'est-ce qui a vraiment le plus changé depuis les années 90 en matière de prospection commerciale ? Quels chiffres pour comprendre la tendance ?

COMMENT ARBITRER SES CANAUX DE PROSPECTION ? Vendeurs, téléphone, web, communautés, portails, comparateurs de prix... Comment arbitrer les moyens de prospection les plus adéquats ?

POURQUOI, QUAND, COMMENT FAUT-IL EXTERNALISER ? L'externalisation de la prospection et les forces de vente supplétives offrent de séduisantes possibilités de doper votre prospection... Qui offre ce type de service ? Comment se rémunèrent-ils ? Comment les piloter ? Que doit comporter un bon plan d'action ?

QUELS BAROMÈTRES POUR LA PERFORMANCE COMMERCIALE ? Dans votre entreprise, comment valider la performance de votre prospection commerciale ? Avec quels capteurs et quels baromètres ? Que doit contenir votre solution de CRM pour répondre aux critères mondiaux de la performance commerciale ?

QUELLE RÉMUNÉRATION POUR VOS ÉQUIPES ET VOS PARTENAIRES DANS LE CADRE DU TRAVAIL COLLABORATIF ? A l'horizon 2010, comment seront rémunérées les forces de vente ? Que signifie la notion de 'tous vendeurs' dans le cadre d'une entreprise étendue ? Quelle place la 'compétition' doit-elle avoir dans votre plan de prospection ?

QUELS OUTILS POUR GÉRER LE CYCLE DE PROSPECTION ? Dans le cadre de cycles de prospection commerciale longs, que peuvent apporter des outils de détection et de suivi de leads ? Dans le cadre de cycle de vente court : que peuvent apporter les outils de dévisages 'robotisés' ?

QUELLE ÉVOLUTION ACTUELLE POUR VOS ÉQUIPES DE VENTE ? Comment coupler efficacement prospection commerciale et prospection sur le web ? Faut-il dédier les forces de vente sédentaires au web et repositionner vos forces de vente terrain ?

QUEL FUTUR POUR LA PROSPECTION COMMERCIALE ? Zoom sur les communautés professionnelles et les outils collaboratifs (web 2.0). Les portails de mise en relations vont-ils tenir leurs promesses dans les années à venir ? Peut-on prospecter facilement sur les réseaux sociaux tels que Facebook, Viadeo ou Linkdyn ou copain d'avant pro ?

Intervenant : Frédéric CANEVET - Chef de Marchés, SAGE CRM

Intervenant : Frédéric LIOTARD - Fondateur & Dirigeant du réseau d'experts en développement commercial des PME, PROSPACTIVE

14H40-15H25 Les clefs d'un contrat de prestation réussi

AEC12

Salle : SALON DU LAC.

Les contrats de prestation informatique

Resumé : Sans cadre juridique précis, les accords portant sur des prestations informatiques entraînent fréquemment les inconvénients de toute prestation à long terme : budgets explosés, non-conformité, délais allongés...

Certaines clauses en particulier doivent être soigneusement rédigées dans un contrat qui est toujours complexe.

L'intervention s'adresse tant aux commanditaires des prestations que des sociétés prestataires car chacun gagne à rédiger un contrat aux clauses équilibrées qui définit les obligations de chacun avant les éventuels conflits.

Nous aborderons principalement le cas du développement de projets informatiques spécifiques (logiciel, outil multimédia, site internet...)

Le cadre juridique du contrat de prestation informatique

L'encadrement juridique de la négociation du contrat

Les clauses sensibles du contrat définitif

Le règlement des litiges

15H25-15H55 Destination Jeunes Entreprises

TV5

Salle : Plateau TV.

Resumé : Reprise, création d'entreprises, nouveaux concepts... 26 minutes pour découvrir l'actualité des jeunes entrepreneurs et les secteurs en pleine expansion !

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

15H55-16H40 Comment développer votre e-boutique et votre activité e-commerce ?

AEC3

Salle : SALON DU LAC.

Pourquoi se lancer dans le e-commerce ?

Comment se préparer pour vendre en ligne ?

Comment faire le bon choix pour la réalisation du site ?

Quelles sont les bonnes pratiques pour crédibiliser un site e-commerce ?

Quelles options pour optimiser ma visibilité ligne ?

Quelle sera la gestion de mon activité e-commerce quotidien ?

Intervenant : Christophe VERRIER - Animateur Réseaux et Partenariats, POWER BOUTIQUE

15H55-16H40 Comparateurs de prix et marketplaces : les nouveaux leviers de génération de business pour un site ecommerce

ATM4

Salle : AMPHI 2.

Resumé : L'objectif de cette conférence est d'apporter des méthodes concrètes d'amélioration du référencement et de la rentabilité sur ce supports grâce à l'expertise de l'équipe iziflux.

Comment être bien référencé sur les comparateurs de prix et les places de marché ?

Comment améliorer son ROI ?

Sur quels supports se positionner ?

Intervenant : Guilhem GLEIZES - Fondateur , CIBLE WEB

15H55-16H40 Trophée "Jeunes Entreprises"

Trophée

Salle : Plateau TV.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

15H55-16H40 VAD de produits du terroir : Comment optimiser l'efficacité de votre fichier client ?

M3

Salle : Salon des entrepreneurs.

La définition d'un produit du terroir

A qui s'adressent les produits du terroir et comment les commercialiser ?

6 idées concrètes pour développer les ventes par le circuit court

L'importance de bien tenir son fichier client

Zoom sur un exemple concret de Vente Par Correspondance de produits du Terroir

Intervenant : Jean-Luc SIMONOVICI - Responsable Commercial , ITL Atlantic

15H55-16H40 Quels sont les modes de rémunération, les formations et les méthodes de coaching efficaces qui décuplent vos ventes ?

P4

Salle : AMPHI 4.

16H40-17H00 Performance Industrielle

TV6

Salle : Plateau TV.

Success stories à retrouver en live, sur le web et sur vos chaînes préférées

Resumé : Les industriels qui ont marqué l'année témoignent.

Ambition, réussite, valeur d'entreprise... les surdoués de la relocalisation partagent leurs visions et leur expérience.

Animateur : Marc Lionel GATTO - PDG, MLG Consulting.

17H00-17H45 Blogs, réseaux sociaux, géolocalisation, M-business... Comment intégrer les nouveaux leviers de l'E-Marketing ? AEC4

Salle : AMPHI 4.

Comment concevoir un plan média "alternatif" ? Objectifs, cibles, priorités, armes, timing. Pour quels types de marques ? Quelles entreprises ? Avec quelle culture ? Viral, bouche à oreille, buzz : quelles différences ? Le marketing d'influence et le marketing d'évangélisation : comment vous servir de vos clients ? Comment évoluer vers un marketing « conversationnel » ?

M Mobile : quelles sont les nouvelles tendances de marché et d'usages dans les outils de communication ; l'exemple du M Mobile ? En quoi la relation client évolue vers plus de mobilité ? Quel est l'avenir du marketing mobile ? Quelles sont les différences d'usages pour le M Mobile selon les continents ?

Réseaux sociaux – Blogs – Wiki - Lettres de diffusion En quoi un blog et une lettre de diffusion permettent-ils d'entretenir des liens étroits avec sa clientèle ? Quel est l'intérêt d'être présent et actif sur les réseaux sociaux comme Viadeo ou LinkedIn, ... ? Faut-il développer des API pour les réseaux sociaux ouverts ?

Pour la géolocalisation de vos offres sur le web est elle déterminante ? Qu'est ce que le marketing "ubiquitaire" ?

E-branding caractéristiques, modes de surveillance. Quel impact réel sur les marques ?

Intervenant : Christophe CREMER - Directeur , Prestashop

Intervenant : Elodie HENNION - Partnerships Manager France, VIADEO

17H00-17H45 Comment rentabiliser votre participation à des salons ou l'organisation de vos événements et relations publiques ? M4

Salle : AMPHI 2.

17H00-17H45 Ergonomie, e-merchandising, testing, analytics... Comment augmenter votre taux de conversion et fidéliser ? ATM2

Salle : AMPHI 3.

17H00-17H45 Externalisation, stagiaire, expert... A qui confier les médias sociaux dans votre entreprise ? VT3

Salle : SALON DU LAC.

17H00-17H45 Trophée Industrie Trophée

Salle : Plateau TV.

17H00-17H45 Coupler votre site eCommerce à vos outils de gestion, à votre ERP P5

Salle : Salon des entrepreneurs.

De la méthode et du métier : définition du périmètre fonctionnel, analyse des processus impliqués dans le couplage

Définition des flux de données échangés : règlements, factures, avoirs, clients, campagnes marketing...

Positionnement des responsabilités entre ERP et site eCommerce : qui pilote ?

L'ouverture sur le décisionnel : l'analyse des données depuis les achats jusqu'aux retours sur les ventes.

Robustesse, sécurité et contrôle : le site doit vendre quoiqu'il arrive, l'achat d'un internaute ne peut pas se perdre...

Pour un déploiement en douceur : formation, prévention, mise en place itérative.

Intervenant : François Guérard - Responsable Commercial, LUNDI MATIN