

# 9e DevCom Lyon Rhône-Alpes

## Programme des événements

19 mars 2013

09H00-09H40

TV6 - Communiquer...Mesurer... Ou comment raisonner en coût contact et retour sur investissement | Salle : Plateau TV

09H00-09H55

AEM1 - Les Relations Presse, un outil stratégique et efficace pour bien faire parler de votre entreprise dans la presse | Salle : AMPERE

PEC17 - Suscribers, Fans and Followers, les nouveaux atouts des marques | Salle : AGENTS DE CHANGE

PEC14 - Intégrer la notion de stratégie dans votre paiement en ligne | Salle : TONY GARNIER

PEC2 - Publicité on-line, Adwords, SEO : Quelles différences pour quels objectifs ? | Salle : JACQUARD

PERF1 - Sans outil ou méthode un commercial ne peut plus affronter la concurrence... Comment assurer le développement de vos ventes en 2013 en capitalisant sur les bonnes vieilles méthodes tout en intégrant les dernières tendances issues du Multicanal ?

| Salle : LUMIERE

09H55-10H40

CH1 - Challenge Performance Commerciale : 9 leviers opérationnels pour doper la performance commerciale de votre entreprise | Salle : Plateau TV

10H40-11H25

PEC4 - Initiation au référencement naturel | Salle : JACQUARD

AEM2 - Big data, Open data, donnée utile : comment peuvent-ils vous aider à mener des campagnes marcom efficaces ? | Salle : TONY GARNIER

PERF3 - Viadeo, LinkedIn...Découvrez comment utiliser les réseaux sociaux professionnels pour développer votre entreprise | Salle : AMPERE

PERF4 - L'analyse comportementale, véritable outil de dynamisation de votre performance commerciale. Quels outils ? Quelles méthodes ? Quel investissements ?

| Salle : LUMIERE

PERF8 - L'alimentation de votre CRM : clé de succès de votre dynamique commerciale | Salle : AGENTS DE CHANGE

11H00-11H30

SDD1 - Jean-Philippe WOZNIAC et Thomas BOURGHELLE dédicaceront leur nouvel ouvrage : Comment planter réussir son site e-commerce ? | Salle : COMPTOIR DES LIVRES

10H55-11H25

TV1 - Plan d'actions marketing 2013 - Trois directeurs marketing témoignent | Salle : Plateau TV

11H40-12H10

TV7 - Faites auditer gratuitement votre site pour booster son positionnement sur les moteurs de recherche avec la clinique du référencement ! | Salle : Plateau TV

11H55-12H40

PERF2 - Pourquoi les PME n'hésitent plus à mettre en place un CRM en mode SaaS ? | Salle : TONY GARNIER

AEM3 - Réinventer le commerce : relation client, proximité, expérience, trafic et CA. Quels sont les points de passage pour optimiser le succès ? | Salle : AMPERE

PEC3 - Google Panda, Référencement Social, Backlinks... Quelle stratégie de référencement naturel, d'achat de mot clé et de searchandizing en 2013 ? | Salle : JACQUARD

PEC9 - Stratégie e-mail marketing : avez-vous fait le bon choix pour 2013 ? | Salle : LUMIERE

AEM8 - Communication, Fidélisation, Monétisation : Les intérêts du mobile pour mon activité | Salle : AGENTS DE CHANGE

12H40-13H10

TV2 - Trois success stories de l'E-commerce dans la région Lyon Rhône-Alpes | Salle : Plateau TV

13H25-14H10

AEM4 - SMS, site mobile, QRcode, email et réseaux sociaux... Soyez aussi DIGITAL que vos clients ! Grâce au multicanal, découvrez comment maximiser le "mobile-to-store" pour générer du trafic en point de vente. | Salle : LUMIERE

PEC13 - Les pratiques innovantes en emailing Comment obtenir 80% d'ouverture grâce aux mailings trigger ?  
| Salle : AMPERE

PEC5 - Réussir votre projet, optimiser les coûts, construire des fondations solides... Quelles sont les règles d'or pour mettre en œuvre le cahier des charges de votre site web? | Salle : JACQUARD

PERF7 - Réseaux sociaux, CTI, indicateurs de performance, multicanal, leads nurturing, mobilité... Que doit contenir impérativement votre solution de CRM en 2013 ? | Salle : TONY GARNIER

CH2 - Challenge E-commerce : 10 réponses rentables et innovantes pour votre plan d'actions e-commerce et webmarketing 2013 | Salle : Plateau TV

PEC16 - 10 points clés pour booster la performance de votre boutique en ligne | Salle : AGENTS DE CHANGE

14H25-14H55

TV3 - Les règles du succès de 3 entrepreneurs Made in Rhône-Alpes | Salle : Plateau TV

14H40-15H25

EVT1 - LinkedIn, Viadeo, Facebook, Twitter, Google+... et si on parlait de contenu ? | Salle : AMPERE

AEM5 - Le Marketing Automation. Les grands acteurs investissent massivement dans cette technologie. Quels sont les leviers qui font de cette discipline un outil puissant de développement et de fidélisation?  
| Salle : AGENTS DE CHANGE

PERF5 - Quelles sont les dernières tendances en matière de Prospection ?  
Comment nourrir vos commerciaux grâce au multicanal, aux générateurs de prospects, au retargeting, à l'externalisation... et le transformer en commercial 2.0 ?  
| Salle : LUMIERE

PEC6 - Webanalytics, maintien du SEO... Comment réussir la refonte de son site de e-commerce en 2013 ? | Salle : TONY GARNIER

PEC7 - E-Commerce, M-Commerce, S-Commerce : Vente à distance et Webmarketing changent considérablement ! | Salle : JACQUARD

15H10-15H55

CH3 - Challenge Performance Marketing : des solutions décapantes pour doper votre plan d'actions marketing | Salle : Plateau TV

15H55-16H40

PERF6 - Coaching, réseaux alternatifs, training, team building, génération de prospect... Comment obtenir plus de résultats avec vos commerciaux ? | Salle : JACQUARD

PEC12 - Comment développer votre e-boutique et votre activité e-commerce ? | Salle : LUMIERE

PEC8 - Twitter, F-Business, community management, identité numérique... Comment tirer le meilleur parti des réseaux sociaux pour son entreprise ? | Salle : AMPERE

PEC15 - Photos et illustrations pour vos sites web : quelles bonnes questions à se poser pour ne pas être "hors la loi" ? | Salle : AGENTS DE CHANGE

AEM7 - Comment combiner Print, Web et Mobile au bénéfice de votre communication client ? | Salle : TONY GARNIER

TV4 - Les 5 pièges mortels de l'email marketing en 2013 ? | Salle : Plateau TV

16H55-17H25

TV5 - Vers une social fidélisation... Comment adapter sa stratégie de fidélisation à la logique de dématérialisation et à l'usage mobile ? | Salle : Plateau TV

17H00-17H45

PEC1 - Comment rentabiliser un site Web quand on est dans le B2B, que l'on ait un site de contenu, un blog, une place de marché, un petit commerce, un hôtel... ? | Salle : AMPERE

AEM6 - Comment arbitrer votre plan d'actions marketing dans le B2B afin de trouver plus de prospects et fidéliser vos clients ? | Salle : LUMIERE

PEC10 - Faut-il créer du trafic à tout prix sur votre site Web... ou penser rentabilité ? | Salle : TONY GARNIER

PEC11 - Applications Mobiles, pinterest, QR codes, réalité augmentée, F-commerce, tarification dynamique, essayages virtuels... Zoom sur les nouveaux leviers de création de valeur pour l'e-commerce 2.0 ? | Salle : JACQUARD

PERF9 - Prise de parole... Comment réussir vos présentations en public ou l'art de convaincre ! | Salle :

09H00-09H40 Communiquer...Mesurer... Ou comment raisonner en coût contact et retour sur investissement

TV6

Salle : Plateau TV.

Il n'est pas tout de communiquer auprès de sa cible ! Comment s'assurer du retour de la campagne de communication ?

Quels outils permettent de le faire ?

Comment les utiliser pour optimiser le ROI des campagnes ?

**Animateur** : Marc-Lionel GATTO - PDG, MLG CONSULTING

**Intervenant** : Florence BESSIERE - Directrice commerciale, LA POSTE Solutions Business

09H00-09H55 Les Relations Presse, un outil stratégique et efficace pour bien faire parler de votre entreprise dans la presse

AEM1

Salle : AMPERE.

Resumé : Regards croisés d'un client, d'une agence et d'un journaliste, sur leur rôle et leurs enjeux.

Définition, rôle et enjeux des relations presse.

Les raisons qui justifient d'engager des relations presse ?

L'attaché(e) de presse, un(e) allié(e) précieux(se) pour le client et les journalistes.

Qu'attendent les journalistes d'un(e) attaché(e) de presse ?

Quelle cohabitation possible entre communication et information ? Méfiez-vous de la confusion des genres.

Les clés d'un bon message.

Conclusion. Les erreurs à ne pas commettre.

**Animateur** : Julien VERMEULEN - Directeur général, MLG consulting

**Intervenant** : FREDERIC DUMAS - Directeur Commercial France, DATAPRESSE groupe VOCUS

**Intervenant** : Rachel Veyland - Responsable Partenariats, DATAPRESSE GROUPE VOCUS

09H00-09H55 Suscribers, Fans and Followers, les nouveaux atouts des marques

PEC17

Salle : AGENTS DE CHANGE.

Resumé : Quels sont les canaux les plus efficaces pour interagir avec les internautes? Comment évoluent-ils ? De quoi ont-ils besoin ? Jean-Philippe Baert vous donnera les éléments de réponses basés sur des études récentes sur le comportement des internautes face à l'email et aux réseaux sociaux.

**Intervenant** : Jean-Philippe Baert - Directeur Général, ExactTarget

09H00-09H55 Intégrer la notion de stratégie dans votre paiement en ligne

PEC14

Salle : TONY GARNIER.

Resumé : Cette conférence vous apportera des informations d'actualités concernant la sécurité, les solutions de paiement et les moyens de paiement. Par le biais de cas concrets, vous maîtriserez les points stratégiques du paiement en ligne pouvant booster votre chiffre d'affaires ou vous donner un avantage concurrentiel.

Avant de se lancer, se poser les bonnes questions.

Comprendre le rouage du paiement en ligne

Moyens de paiement : nouveautés et évolutions

Astuces pour choisir la bonne solution de paiement

**Intervenant** : Christophe Mariette - Directeur Marketing Communication, Lyra Network - PAYZEN

09H00-09H55 Publicité on-line, Adwords, SEO : Quelles différences pour quels objectifs ?

PEC2

Salle : JACQUARD.

Publicité online : de quoi parle-t-on exactement ? A qui se destinent ce type de solutions ? Grands Groupes ou PME ?

Adwords : définition des contextes d'utilisation et du mode de fonctionnement . Vise-t-on la notoriété ou la communication segmentée ? Le ciblage est-il pertinent ?

SEO : fréquence, coût, ROI ?

Quel budget y consacrer ? Quels sont les écueils à éviter ?

Comment faire le bon choix entre ces différentes possibilités de détection de leads ?

**Intervenant** : Pierre Bernard - PDG/DG/Gérant, MOOV-UP

Salle : LUMIERE.

Maîtriser la convergence des techniques, d'avant-vente, de vente et de fidélisation. Réussissez le déploiement rentable de votre stratégie de vente multicanal même avec un mini budget !

Resumé : CRM, deviseur automatiques, outils de géomarketing, mobilité... la diffusion à grande échelle d'outils de performance commerciale rendent plus que jamais possible la mise en place d'organisations commerciales/marketing flexibles et ultra-performantes.

Cette conférence vous présentera des exemples de PME de 5, 50 ou 500 salariés ou de grandes entreprises équipées d'outils de CRM, respectant les nouveaux standards de pointe en matière d'organisation commerciale. Grâce à leur retour d'expérience vous pourrez immédiatement intégrer ces conseils dans votre organisation.  
60 minutes de conseils opérationnels pour savoir à quoi ressembleront les forces de vente des années 2013-2015

**Le CRM on en parle depuis des années, mais à quoi cela sert exactement ?** Suivi des affaires, historique clients, rappels, relances... Quels sont les bénéfices concrets du CRM pour un commercial ? Pourquoi un commercial est réticent à l'utiliser et comment le convaincre ? Historique des échanges, réseaux sociaux, emailing, profiling... Comment le CRM permet de gérer efficacement le MultiCanal ? Comment coupler efficacement l'action d'une force de vente et l'ensemble des outils et de vente multicanal ?

**L'externalisation permet d'aller plus vite, d'acquérir de la compétence... Que faut-il externaliser ? Quels en sont les bénéfices ?** Comment choisir un bon partenaire ?

Quelles sont les limites de l'externalisation ?

**Quelles sont les outils, techniques et innovations qui permettent aux commerciaux de se concentrer sur les clients chauds ?** Scoring, profiling, analyse comportementale, détection des incatifs, analyse de clients dormants... Comment peut on transformer un commercial en Devin ? De manager, le responsable commercial se transforme en coach...

Comment peut-il y arriver et quels exemples peut-on donner ?

**Media Sociaux, profusion des messages, appels... Comment faire en sorte que les commerciaux se concentrent sur la bonne information ?** Comment prospecter en utilisant les Médias Sociaux ? Analyse de l'adresse IP des visiteurs professionnels d'un site, livres blancs, formulaire d'informations... Comment gérer les leads envoyés en quantités via le Web mais qui ne sont souvent froids ? Comment suivre dans le temps ses prospects ? En quoi le nombre de ses prospects actuels sont un indicateur des ventes de demain ? Comment améliorer le taux de concrétisation ? Quels outils et arguments utiliser pour quel étape du cycle des ventes ?

**Commercial terrain, Chat, Agents Conversationnel virtuels, Call Back, Equipe de qualification et de télévente, Community Manager, Widgets... A quoi va ressembler l'organisation commerciale de demain ?** Comment faire cohabiter harmonieusement ces outils et ces équipes ? Quels sont les rôles de chacun ?

**Quelles sont les opérations originales à tenter en 2013 pour conquérir de nouveaux clients ?** Essais gratuits, Freemium, satisfait ou remboursé, réorganisation des portefeuilles produits et des secteurs, requalification des anciens clients et prospects, internationalisation... Quelles sont les actions à tenter en 2013 ? Vente de nouveaux Produits & Services, analyse de potentiel... Et si vos meilleurs prospects étaient aussi vos clients ?

**Animateur :** Frédéric NICOLAS - Responsable Développement, MLG consulting

**Intervenant :** Yannick ALEXANDRE - Directeur, DALE CARNEGIE TRAINING

**Intervenant :** Stéphanie PIETRE - Directrice, ALTERELA

Salle : Plateau TV.

Resumé : L'objectif des Challenge DEVCOM de la Performance commerciale et des solutions force de vente est d'identifier et de récompenser les meilleurs outils, cas réels ou innovations permettant aux directions commerciales de développer leurs ventes, leur fidélisation et leur communication BtoB. Et ce, en réunissant des directeurs commerciaux de la région qui jugeront les démonstrations des entreprises candidates.

**Intervenant :** Philippe MARTEL - Sales Engineer, PRYSMIAN GROUP

Salle : JACQUARD.

Resumé : Durant cette session, vous aurez la possibilité de vous initier aux principes du référencement naturel. Ensemble, nous verrons, au travers de deux cas concrets choisis dans la salle, quelles sont les règles à respecter, les points à privilégier pour vous permettre de mettre en place une stratégie SEO performante. Luc Jovart, PDG du Groupe ADAXIUM, est un professionnel reconnu pour toutes les problématiques de Web Marketing.

**Intervenant :** Luc JOVART - PDG, UCATCHIT

Salle : TONY GARNIER.

Du Big Data à la donnée utile ! Big Data, open data : à quoi correspondent réellement ces concepts ?  
Comment peuvent-ils aider à réaliser des campagnes efficaces ?  
Comment les utiliser pour une meilleure réponse aux attentes des consommateurs ?

**Animateur :** Julien VERMEULEN - Directeur général, MLG consulting

**Intervenant :** Roland ANDRE - Vice-Président SNCD, LA POSTE

Salle : AMPERE.

Resumé : Le business a changé : la prospection téléphonique, la relance systématique, la recherche de nouvelles opportunités, l'entretien d'une base installée, l'invitation à des évènements, ... toutes ces démarches ont fortement évolué ces dernières années.

L'utilisation efficace et orientée business des réseaux sociaux n'est plus aujourd'hui une alternative et doit faire partie de votre démarche commerciale.

A travers cette présentation, nous partagerons quelques retours d'expérience et bonnes pratiques à appliquer pour une présence efficace et des opportunités sur Viadeo &

LinkedIn.

**Développer votre notoriété sur Viadeo & LinkedIn** Une exposition auprès de milliers de professionnels, futurs prospects, clients, partenaires, prescripteurs

**Augmenter vos points de contact** Des moyens puissants de trouver et adresser des contacts pertinents

**Entretenir votre écosystème** De multiples façons d'entretenir des relations à valeur ajoutée et personnalisées avec vos contacts

**Devenir une autorité sur votre marché** Un canal performant de distribution de vos contenus commerciaux

**Détecter de nouvelles opportunités** Identifiez et répondez aux besoins de votre marché

**Intervenant** : Kamel TOUZALINE - Webmarketer - Entrepreneur, WSI

**Intervenant** : François-Xavier MAGNIN - Consultant marketing internet , WSI

Salle : LUMIERE.

Une meilleur connaissance de soi

Une meilleur connaissance des autres

Comment traiter son interlocuteur comme il a besoin d'être traité ?

Le lien individu équipe entreprise

Le langage des couleurs

Quelles méthodes d'analyse comportementale ?

Quelles solutions pour obtenir rapidement des résultats concrets et opérationnels ?

**Animateur** : Frédéric NICOLAS - Responsable Développement, MLG consulting

**Intervenant** : Georges LORENTE - Consultant - Dirigeant, EXPERT ACTIV

**Intervenant** : Eugenie ROTELLINI - , EXPERT ACTIV

Salle : AGENTS DE CHANGE.

Resumé : Forte d'une base de données unique composée d'informations structurées et qualifiées, Coface Services vous accompagne dans votre projet d'alimentation CRM.

S'appuyant sur son référentiel « data » et son expertise dans la mise en place de flux intégrés, les solutions data de Coface Services participent depuis plusieurs années à la

réussite de projets CRM de nombreuses entreprises françaises. La réussite de votre projet nécessite en effet un management rigoureux des flux de données mis à votre

disposition afin de vous permettre de :

Disposer d'une information pertinente sur l'ensemble de votre périmètres clients & prospects cibles.

Créer via une assistance automatique à tout moment de nouvelles fiches prospects disposant de la même qualité de données (structures et contenu).

Identifier tout nouveau prospect cible.

Disposer d'une actualisation quotidienne de l'ensemble des données afin de maintenir le niveau de qualité nécessaire à la gestion de votre CRM (structures et contenu).

**Intervenant** : Philippe CUMUNEL - responsable commercial solutions data, Coface Services

Salle : COMPTOIR DES LIVRES.

Resumé : Illustré par des infographies et par de nombreux exemples et témoignages de professionnels du e-commerce (Somewhere, JM Bruneau, Editions Atlas, Tape à l'œil...).

Vous aurez les clés et secrets de fabrication pour mener à bien votre site et votre activité. En véritable outil de travail au quotidien, celui-ci est complété à chaque fin de chapitre de

la check-list des actions indispensables pour réussir votre site e-commerce

**Intervenant** : THOMAS BOURGHELLE - Directeur associé - consultant e-business, COJT

**Intervenant** : Jean-Philippe WOZNIAC - Directeur Associé , COJT

Salle : Plateau TV.

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'actions

marketing à venir. Afin de vous aider à préparer 2013, l'ADETEM vous invite à assister à l'enregistrement public de l'émission de TV "Décideurs Marketing". A cette occasion trois dirigeants marketing partageront leurs expériences et leurs analyses 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 2013.

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'actions ?

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

**Intervenant** : Nathalie GAREL - Responsable Communication, Cuisines AVIVA

11H40-12H10 Faites auditer gratuitement votre site pour booster son positionnement sur les moteurs de recherche avec la clinique du référencement ! TV7

Salle : Plateau TV.

Resumé : En direct et "sans filet", un expert SEO analyse votre site web et vous donne des conseils pragmatiques. Immédiatement opérationnelles, les cliniques du référencement vous permettent de maîtriser les bonnes pratiques et les composantes stratégiques de votre référencement et du marketing. Un rendez-vous incontournable pour doper les performances de votre site web, inscrivez-vous sans tarder!

**Animateur** : Marc-Lionel GATTO - PDG, MLG CONSULTING

11H55-12H40 Pourquoi les PME n'hésitent plus à mettre en place un CRM en mode SaaS ? PERF2

Salle : TONY GARNIER.

Resumé : Découvrez en 45 minutes les éléments clés pour doper votre performance commerciale grâce à un CRM en mode SaaS

Etat de l'art du marché du CRM en France

Le CRM créateur de valeur, pourquoi ? Comment ?

Les leviers au développement du CRM dans les PME ? Facteurs démographiques, sociologiques, technologiques, financiers ?

NC2 nous livrera son témoignage : pourquoi une solution CRM, comment, pourquoi en mode SaaS, quels retours utilisateurs et direction ?

**Intervenant** : Hervé GUILLAUD - Responsable Commercial CRM, DIMO GESTION

**Intervenant** : DAVID BOURIAUX - Directeur commercial et marketing, NC2

11H55-12H40 Réinventer le commerce : relation client, proximité, expérience, trafic et CA. Quels sont les points de passage pour optimiser le succès ? AEM3

Salle : AMPERE.

Quelles sont les forces et faiblesses du point de vente dans la stratégie cross-canal?

Les dimensions on et off-line existent-elles toujours ?

A quoi ressemblera le commerce de demain ?

Quelles expériences proposer aux consommateurs pour maintenir son intérêt, le fidéliser ?

**Animateur** : Julien VERMEULEN - Directeur général, MLG consulting

**Intervenant** : Olivier BOURGEOIS - PDG - Président de l'E-Tailing Club, PROXI-BUSINESS - E-PICK

11H55-12H40 Google Panda, Référencement Social, Backlinks... Quelle stratégie de référencement naturel, d'achat de mot clé et de searchandizing en 2013 ? PEC3

Salle : JACQUARD.

**Qu'est-ce qui a radicalement changé ces 18 derniers mois ?** Google a-t-il définitivement distancé tous les autres moteurs de recherche ? Pourquoi les règles du référencement naturel ont-elles radicalement changées ces 18 derniers mois ? Comment se rendre visible sur Internet en 2013 ? Peut-on devenir incontournable avec un mini budget ? Quel impact le référencement local (Google maps...) joue-t-il aujourd'hui et quel rôle jouera-t-il dans les prochaines années ?

**Quelles sont les clés de la réussite pour votre référencement naturel ?** Faut-il investir dans les stratégies de "ref-nat" (référencement naturel) classiques ? A quelle fréquence faut-il renouveler ces techniques ? Quels sont les règles majeures et comment structurer l'information pour optimiser le référencement naturel ? Quelles sont les trucs et astuces de pro pour accroître encore plus votre ranking ? Quels contenus sont les plus efficaces pour répondre aux requêtes des internautes ?

**Ad Word : Pourquoi faire et pour faire quoi ?** Faut-il intégrer une campagne de liens sponsorisés et d'achat de mots clés thématiques dans sa stratégie globale de référencement ? A quel coût ? Comment calculer le coût d'achat maximum d'un mot clé ? Comment mesurer et analyser mes résultats ? Comment calculer mon ROI ?

**Comment suivre et optimiser l'efficacité de son référencement ?** Quels outils permettent de mesurer votre "ranking" et de le comparer avec celui de vos concurrents ? Que faut-il penser des techniques de "grey marketing" en matière de référencement ? Avez-vous le droit d'acheter le nom de votre concurrent en tant que mot clé ? Quelles techniques illégales des concurrents malveillants peuvent-ils employer pour faire baisser votre référencement ou vous dé-référencer ? Dans quels cas est-ce possible voire légal ?

**Les nouveaux territoires du référencement en 2013 ?** Quel impact le web 2.0, pagerank vs trustrank dans votre stratégie de référencement ? Réseaux sociaux, blogs, forums, 2.0... Sont-ils référencés par les robots de requête des moteurs de recherche ? Comment affiner son référencement sur les moteurs vidéo/image/actu ?

**Intervenant :** Jean-François LONGY - Directeur Général et co-fondateur, Cybercité

11H55-12H40 Stratégie e-mail marketing : avez-vous fait le bon choix pour 2013 ?

PEC9

Salle : LUMIERE.

Resumé : Faites le plein d'inspiration et appuyez-vous sur des pratiques testées et approuvées par nos clients pour améliorer votre stratégie d'e-mail marketing. Dolist, spécialiste de l'e-mail marketing, vous dévoile les pratiques à succès suivies par ses clients. Augmentation des ventes, génération de leads, engagement et fidélisation des contacts, meilleure connaissance des attentes, remèdes contre l'inactivité, maîtrise de la délivrabilité des messages... Vous aussi, appliquez les recettes et astuces de ceux qui réussissent et boostez vos performances de campagnes !

**Intervenant :** Anthony BOUDET - Consultant email marketing, Dolist.net

11H55-12H40 Communication, Fidélisation, Monétisation : Les intérêts du mobile pour mon activité

AEM8

Salle : AGENTS DE CHANGE.

Quelles cibles sur le mobile en 2013 ?

Communiquer à travers le mobile

Choisir ses services de fidélisation

Les leviers de monétisation

Réussir son lancement d'application

L'alternative du Responsive Design

La tablette comme support commercial

**Intervenant :** Vincent LORIVAL - Responsable de clientèle, VIADIGIS

12H40-13H10 Trois success stories de l'E-commerce dans la région Lyon Rhône-Alpes

TV2

Salle : Plateau TV.

Resumé : **Le boom du e-commerce a engendré dans chaque région de magnifiques success stories. Planète E-commerce vous présente des entrepreneurs et des praticiens qui chaque jour écrivent les plus belles sagas de la profession.**

Quelles sont les clés de la réussite des leaders du e-commerce ?

Quels sont les nouveaux territoires d'acquisition, de rentabilité, de fidélisation des internautes ?

Quel est le nouveau visage des internautes à l'heure du Social Commerce, Facebook Commerce et Google Commerce... ?

Ventes sur market place, applications mobiles, retargeting... Quels sont les nouveaux leviers de réussite pour les acteurs de la profession ?

Quels seront les principaux pièges et les clés des e-commerçants à l'horizon 2013 ?

**Animateur :** Marc-Lionel GATTO - PDG, MLG CONSULTING

13H25-14H10 SMS, site mobile, QRcode, email et réseaux sociaux... Soyez aussi DIGITAL que vos clients ! Grâce au multicanal, découvrez comment maximiser le "mob" AEM4

Salle : LUMIERE.

Resumé : Le digital prend une part prépondérante dans notre société et constitue un véritable relais de croissance. Les consommateurs ont évolué, ils sont volatiles, mobinautes et hyper-connectés.

Le e-commerce et le m-commerce ont créé des nouveaux concurrents présents sur les zones de chalandise du commerce physique. Les points de vente doivent aussi utiliser le digital pour toucher les consommateurs là où ils se trouvent et faire valoir leurs points différenciants : montrer le produits et créer du lien humain.

Mais qu'en est-il pour votre réseau de points de vente ? Comment intégrer le multicanal dans sa stratégie de communication pour accroître son trafic en point de vente ?

- Un panel d'outils simples et accessibles, indispensables pour répondre aux besoins des consommateurs digitaux : SMS, site mobile, QRcode, réseaux, email et réseaux sociaux.  
- Des cas concrets d'utilisation.

**Intervenant :** Anne-Laure DELACROIX-GERARD - Chargée Relations Publiques, Digitaleo

13H25-14H10 Les pratiques innovantes en emailing Comment obtenir 80% d'ouverture grâce aux mailings trigger ?

PEC13

Salle : AMPERE.

Resumé : Une nouvelle génération de mailing, les mailings trigger, proposent jusqu'à 80% de taux d'ouverture par campagne. Inxmail répondra aux questions suivantes :

Qu'est ce que le mailing trigger ?

En quoi se différencie-t-il des mailings classiques ?

Comment s'utilise-t-il ?

Quelle stratégie de campagne adopter ?

Présentation d'exemples concrets

**Intervenant :** Jonhattan DA LUZ - Directeur associé, INXMAIL

13H25-14H10 Réussir votre projet, optimiser les coûts, construire des fondations solides... Quelles sont les règles d'or pour mettre en œuvre le cahier des charges de vo PEC5

Salle : JACQUARD.

Resumé : L'e-commerce a le vent en poupe. Sur 26,5 millions d'internautes en France, 15 millions ont acheté en ligne générant une croissance de CA de +37% (source ACSEL).

Pourquoi alors que certaines réussissent au-delà même de leurs espérances, trop d'entreprises sont-elles déçues par l'activité commerciale de leur site ? Est-ce à cause du marché ou du positionnement du site ? Il n'y a pas bien sûr de recette miracle mais un ensemble d'éléments à prendre en compte avant, pendant et après le lancement du site.

Découvrez les bonnes pratiques en matière de conduite de projet d'un site de commerce électronique.

**Définir la bonne stratégie on line :** en quoi la définition d'une webstratégie est fondamentalement différente en 2010 de celle conduite en 2005 ? Quels agrégats "tangibles permettent" de mesurer l'impact de votre webstratégie : ranking sur Google et autres moteurs de recherche, nombre d'e-mailings 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 ?

**Quels 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 2009 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 ? Merchandising : quels leviers actionner pour convertir un visiteur en acheteur ?

**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 ?

**Animateur :** Julien VERMEULEN - Directeur général, MLG consulting

**Intervenant :** Jean-Baptiste DAGUENE - Responsable Commercial France, TRUST PILOT

**Intervenant :** Hervé WALDMEYER - Directeur de clientèle, MAETVA

13H25-14H10 Réseaux sociaux, CTI, indicateurs de performance, multicanal, leads nurturing, mobilité... Que doit contenir impérativement votre solution de CRM en 2013 PERF7

Salle : TONY GARNIER.

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 2013 ?** 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 2010 ? Quelles technologies doivent impérativement contenir vos outils de CRM pour affronter les enjeux technologiques et opérationnels des forces de ventes en 2013 ? 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 réingénierie 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 ?** E-mailing, fidélisation, search marketing, blog, web analytics, SMS...

Quels 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 2013 ?**



**Animateur** : Frédéric NICOLAS - Responsable Développement, MLG consulting

**Intervenant** : Jean-Michel ARMAND - , HYBIRD

**Intervenant** : Frédéric CANEVET - Chef de Marchés, SAGE CRM

13H25-14H10 Challenge E-commerce : 10 réponses rentables et innovantes pour votre plan d'actions e-commerce et webmarketing 2013 CH2

Salle : Plateau TV.

Resumé : L'objectif du Challenge E-commerce est d'identifier et de récompenser les meilleurs outils, cas réels ou innovations permettant aux entreprises de développer leurs ventes, leur fidélisation et leur communication.

Et ce, en réunissant des directeurs marketing et communication de la région qui jugeront les démonstrations des entreprises candidates à l'occasion du 9ème DEVCOM Lyon Rhône-Alpes le 19 Mars 2013 de 13h35 à 14h30.

13H25-14H10 10 points clés pour booster la performance de votre boutique en ligne PEC16

Salle : AGENTS DE CHANGE.

Pourquoi opter pour une boutique online sur mesure ?

Quels avantages par rapports aux solutions à la location ?

Quelles sont les démarches à suivre pour aborder un projet e-commerce sur mesure ?

Quels sont les avantages apportés par une solution comme Prestashop ?

La boutique n'est pas une finalité, pensez à avoir un socle vous permettant de déployer un dispositif e-business gagnant.

**Animateur** : Marc-Lionel GATTO - PDG, MLG CONSULTING

**Intervenant** : Kais ASSALI - Directeur commercial , EDATIS

14H25-14H55 Les règles du succès de 3 entrepreneurs Made in Rhône-Alpes TV3

Salle : Plateau TV.

**Animateur** : Marc-Lionel GATTO - PDG, MLG CONSULTING

14H40-15H25 LinkedIn, Viadeo, Facebook, Twitter, Google+... et si on parlait de contenu ? EVT1

Salle : AMPERE.

Resumé : En 2013, il ne suffit plus de rédiger quelques lignes et de courir après les fans sur les medias sociaux pour exister.

Pour sortir du lot et être pertinent, le contenu devient un pilier incontournable de la réussite sur le web que ce soit pour les moteurs de recherche ou l'impact sur vos clients et prospects.

Nous décrypterons les éléments essentiels de la génération de contenu et vous donnerons des clés pour déployer une stratégie de contenu efficace et évoquerons les meilleures pratiques.

**Intervenant** : Pascal ROCHE - Consultant en Marketing Internet, WSI

**Intervenant** : Patrick ZOCCOLO - Consultant en Marketing Internet, WSI

14H40-15H25 Le Marketing Automation. Les grands acteurs investissent massivement dans cette technologie. Quels sont les leviers qui font de cette discipline un outil performant ? AEM5

Salle : AGENTS DE CHANGE.

Resumé : Entre CRM et Web Marketing, le marketing automation augmente les taux de conversion et solutionne la fidélisation en engageant la conversation avec l'internaute et en l'accompagnant dans son cycle d'achat et de fidélisation.

Emails, campagnes multi-actions et multi-canales, profilage progressif, tracking comportemental, segmentation permanente, automatisation de scénarios, le marketing automation bouscule les repères par la puissance de ses outils disponibles et accessibles aux service marketing et commercial, enfin alignés sur la performance de la relation client..

**Intervenant** : Daniel RIVALIN - Gérant, WEBMECANIK

14H40-15H25 Quelles sont les dernières tendances en matière de Prospection ? Comment nourrir vos commerciaux grâce au multicanal, aux générateurs de prospects, PERF5

Salle : LUMIERE.

Resumé : Comment réussir l'externalisation de votre direction commerciale, du développement et de vos forces de vente ? 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 sont les dernières tendances en matière de prospection commerciale ?** Multicanal, morosité des acheteurs, temps de décision, pression concurrentielle, mobilité, structuration... Qu'est-ce qui a vraiment le plus changé depuis 4 ans en matière de prospection commerciale ? Quel en est l'impact sur les entreprises ? Pourquoi en 2013 on ne peut plus se permettre de perdre un prospect par manque de réactivité ou de suivi ? Quelles sont les bonnes pratiques dans un environnement concurrentiel ?

**Comment arbitrer ses canaux de prospection et diversifier ses sources de prospects ?** Vendeurs, téléphone, web, communautés, médias sociaux, comparateurs de prix... Comment arbitrer les moyens de prospection les plus adéquats ? Adwords, achats de prospects qualifiés, location de fichiers, affiliation ... Comment faire le bon choix ? Livre blanc, blog, SEO... Comment mettre en place ses propres générateurs de prospects automatiques avec une action long terme ? Chaines de prospection, messages automatiques, cellule de qualification... Comment réduire le cycle des ventes et assurer un suivi des prospects dans le temps ? Comment calculer le nombre de prospects à générer pour réaliser son chiffre d'affaires ?

**Pourquoi, Quand, Comment faut-il externaliser tout ou partie de son activité commerciale ?** 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 ?

**Quels baromètres pour la performance commerciale ?** Reporting collectif et individuel, suivi en temps réel des objectifs de ventes... Comment valider la performance de votre prospection commerciale et donner aux commerciaux les moyens d'anticiper sur le niveau d'activité ? Avec quels capteurs et quels baromètres ? Que doit contenir votre solution de CRM pour répondre aux critères mondiaux de la performance commerciale ? Taux d'ouverture des emailings, réactions sur les médias sociaux... Comment les opérations de marketing direct peuvent booster vos opérations commerciales et aider vos commerciaux ? Segmentation, détection des inactifs, analyse des potentiels sous exploités... Comment analyser et exploiter à 110% votre capital clients ?

**Quelle rémunération pour vos équipes et vos partenaires dans le cadre du travail collaboratif ?** A l'horizon 2013, 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 ? Partage des bonnes pratiques, collectif... Le vendeur de 2013 doit-il être moins individualiste ?

**Quels outils pour réduire et optimiser le cycle de prospection ?** Rappels, relance, historique des échanges... Quels sont les apports concrets d'un CRM pour un commercial ? 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' ?

**Quelles évolutions à venir 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 ? Comment gérer le volume de prospects générés par le Web ? Faut-il mettre en place une cellule de qualification ? La prospection, c'est envoyer le bon message au bon moment à la bonne personne... Mais quelles sont les bonnes pratiques ?

**Quel futur pour la prospection commerciales ?** Chat, Call Back, Chaines de prospection... Comment arbitrer entre l'automatisation de la vente et le relationnel ? Comment prospecter sur les réseaux sociaux comme LinkedIn, Facebook, Viadeo... ? Du vendeur à tout prix à l'apporteur de solution, à quoi va ressembler le commercial 2.0 ?

**Animateur :** Frédéric NICOLAS - Responsable Développement, MLG consulting

**Intervenant :** Frédéric CANEVET - Chef de Marchés, SAGE CRM

**Intervenant :** Hervé WALDMEYER - Directeur de clientèle, MAETVA

14H40-15H25 Webanalytics, maintien du SEO... Comment réussir la refonte de son site de e-commerce en 2013 ?

PEC6

Salle : TONY GARNIER.

**Resumé : Les refontes de sites e-commerce interviennent généralement tous les 3 à 5 ans.** En effet la vente en ligne est un secteur d'activité où les techniques évoluent rapidement.  
Premier exemple : Google qui a récemment modifié ses critères de référencement naturel en imposant la qualité du contenu comme nouvelle référence. Le m-commerce illustre également les grands changements subis par la vente en ligne ces dernières années.  
Dans ce contexte évoluant rapidement, vous devez refondre non pas votre site web mais votre stratégie de vente en ligne. **Florian Hamzij, co-gérant de l'agence DediServices, expert en refonte de site e-commerce**, vous présentera les enjeux :

- Refonte en fonction des nouveaux standards ergonomiques
- Passage au mobile-commerce
- Les nouvelles pratiques SEO
- Les dernières tendances web-merchandising
- Les nouvelles technologies qui font fureur
- Et les tout derniers leviers d'audience pour faire connaître votre boutique en ligne

**Animateur :** Julien VERMEULEN - Directeur général, MLG consulting

**Intervenant :** Florian HAMZIJ - Fondateur, DEDISERVICES

**Intervenant :** Thomas LEMAIRE - co-fondateur / co-gérant, MOOV-UP

**Intervenant :** Gregory PALAYER - Directeur, UpMyBiz

14H40-15H25 E-Commerce, M-Commerce, S-Commerce : Vente à distance et Webmarketing changent considérablement !

PEC7

Salle : JACQUARD.

Le « E-commerce » se professionnalise et s'accélère ! « Solution e-commerce peu coûteuse », « site marchand prêt à l'emploi », « à la portée de tous »... Contrairement aux effets d'annonces, gagner de l'argent sur le web devient de plus en plus complexe.

Le « Mobile Commerce » ouvre un nouveau canal de vente qui apporte une valeur ajoutée à la vente à distance.  
Le « Social commerce », c'est l'utilisation du potentiel des médias sociaux au service du commerce en ligne.  
Venez découvrir à travers de nombreux cas client, les enjeux cachés du e-commerce d'aujourd'hui : e-commerce multi instance, vente multicanal, marketing cross canal, « business intelligence », « marketing comportemental »....

**Intervenant** : Christophe PERRINET - Directeur Général, OCTAVE.BIZ

15H10-15H55 Challenge Performance Marketing : des solutions décapantes pour doper votre plan d'actions marketing CH3

Salle : Plateau TV.

Resumé : L'objectif du Challenge DEVCOM de la Performance Marketing est d'identifier et de récompenser les meilleurs outils, cas réels ou innovations permettant aux entreprises de développer leurs ventes, leur fidélisation et leur communication. Et ce, en réunissant des directeurs marketing et communication de la région qui jugeront les démonstrations des entreprises candidates à l'occasion du DEVCOM Lyon Rhône-Alpes le 19 Mars 2013.

**Intervenant** : Florence ROULENQ - Responsable Marketing et Commercial - Pôle Ville, LABORATOIRE AGUETTANT

15H55-16H40 Coaching, réseaux alternatifs, training, team building, génération de prospect... Comment obtenir plus de résultats avec vos commerciaux ? PERF6

Salle : JACQUARD.

Comment créer et maintenir un environnement permanent de succès et de performances élevées ?  
Quels sont les facteurs clés d'un environnement à haut niveau de résultat, à fort engagement ?  
La planification et la fixation des objectifs :  
Quelles sont les pratiques efficaces pour planifier les efforts de vente qui mènent au résultat ?  
Comment faire vivre le plan annuel au quotidien, comment l'articuler autour d'une vision de la réussite ?  
Développement et entraînement des commerciaux à doper leurs ventes : Quel rôle pour le manager des ventes ? Quel impact dans le résultat de ses commerciaux ?  
Accompagner et faire réussir les nouveaux arrivants, challenge du responsable commercial ? Comment coacher et accompagner ses vendeurs de manière efficace, en réunion, sur le terrain, au téléphone ou par mail ?  
Management de la performance : Quels indicateurs suivre ? Quels sont les plus impactant sur le résultat ? Comment articuler les relations entre le comportement des vendeurs, leur niveau d'activité et leurs résultats ? Comment réagir face à la contre-performance ?  
Comment développer son propre plan d'action personnel pour atteindre des performances au top ?

**Intervenant** : Yannick ALEXANDRE - Directeur, DALE CARNEGIE TRAINING

15H55-16H40 Comment développer votre e-boutique et votre activité e-commerce ? PEC12

Salle : LUMIERE.

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** : Stéphane ESCOFFIER - Directeur général, POWERBOUTIQUE

15H55-16H40 Twitter, F-Business, community management, identité numérique... Comment tirer le meilleur parti des réseaux sociaux pour son entreprise ? PEC8

Salle : AMPERE.

**Comment choisir et exister sur les réseaux sociaux Viadeo, LinkedIn, Facebook, Twitter ...** Comment bien choisir son ou ses réseaux et en tirer parti au mieux ? La notion d'« identité en ligne » (ou identité numérique) ou de "gestion de réputation" est-elle un enjeu majeur incontournable ? Comment positionner et faire vivre vos marques sur les réseaux sociaux ? Quelle nouvelle logique et nouveau langage faut-il intégrer dans votre stratégie d'entreprise ? Que signifie "minis feeds" ou « news feed » ?  
**Comment se servir des réseaux sociaux pour élargir vos contacts d'affaires ?** Comment obtenir le maximum de contacts ? Pourquoi est-il important d'adhérer aux "groupes " ou aux hubs ?  
**Comment promouvoir un évènement, un produit ou une information grâce aux réseaux sociaux ?** Comment faire du buzz sur les réseaux sociaux? Que rapporte la publicité sur Facebook/Viadeo et Linked in ?  
**Motiver vos équipes et trouver de nouveaux collaborateurs** Comment positionner votre entreprise et vos équipes idéalement sur les réseaux sociaux ? Comment recruter efficacement ? Comment générer un canal de communication/motivation interne avec les réseaux sociaux ?  
**Mettre votre entreprise et votre site web au cœur de Facebook** Quelles applications pouvez-vous intégrer dans Facebook pour promouvoir votre entreprise ? Faut-il en développer ?

**Intervenant** : Damien Armenté - Directeur Associé, Wiphysse E-réputation

Salle : AGENTS DE CHANGE.

Quelle est la différence entre une image libre de droits et une image gratuite ?

Comment utiliser des images trouvées sur Google ?

Le droit à l'image des personnes & le droit à l'image des biens  
mage & communication : mauvaise utilisation et responsabilité.

Comment s'acquitter des droits ?

**Intervenant** : Stéphane DUSSARPS - , ISTOCKPHOTO / ACCIPIO

**Intervenant** : Pierre PEYBERNES - Développement Régional, GETTY IMAGES / ISTOCKPHOTO / THINKSTOCK

Salle : TONY GARNIER.

Quelles sont les limites du site web dans la gestion multicanal de votre communication ?

Qu'est ce qu'un document au XXIème siècle ?

Comment et pourquoi vos documents deviennent-ils plus performants que votre site web ?

Comment relier efficacement le monde physique et la sphère digitale ?

Comment diminuer de 50% le coût total de possession de vos documents ?

Comment une librairie virtuelle multicanal parvient-elle à créer un cercle vertueux où économies, R.O.I et R.S.E ne s'opposent plus pour mieux se compléter.

**Intervenant** : Pierre-Nicodème TASLE - , AGG PRINT

Salle : Plateau TV.

Resumé : Des e-marchands, des webentrepreneurs et des webmarketeurs partagent leurs réussites et leurs bonnes pratiques.

Quelles sont les bases de données et les fichiers disponibles pour vos e-mailings ?

Comment enrichir légalement vos bases de données ?

Quelles sont les règles d'or du Storytelling ?

Comment exploiter les résultats d'un outil de webtracking ?

Comment optimiser la délivrabilité des messages en 2013 : Quels sont les enjeux, les barrières et les solutions ?

Jusqu'où faut-il aller en matière de personnalisation du message ?

Comment mutualiser vos bases éditoriales entre e-mailing, site web et documents imprimés ?

Quels sont les prestataires clés pour réussir vos e-mailings ? Combien ça coûte et comment calculer son ROI et son taux d'acquisition du client ?

Comment mettre en place du "trigger marketing" ?

Comment combiner réseaux sociaux et e-mailing ?

**Animateur** : Marc-Lionel GATTO - PDG, MLG CONSULTING

**Intervenant** : Jonhattan DA LUZ - Directeur associé, INXMAIL

**Intervenant** : Anthony BOUDET - Consultant email marketing, Dolist.net

**Intervenant** : Lakdar KHELFAH - Directeur des Grands Comptes , GROUPE VOCABLE

Salle : Plateau TV.

Resumé : Le mobile est aujourd'hui l'outil incontournable de la fidélisation, encore convient-il de l'utiliser à bon escient. La tendance n'est pas à s'en servir comme outil de communication - les études tendent à prouver que le consommateur est plutôt imperméable à la publicité sur son mobile et souhaite même ne pas être sollicité – mais plus comme nouveau canal de sa relation client. L'entreprise doit repenser ses techniques de fidélisation face à une dématérialisation croissante des supports, de l'acte de vente, du service client...

Comment mettre en place une social fidélisation ?

Comment mettre à profit les innovations telles que les applications mobiles qui regroupent la carte de fidélité dématérialisée, les offres promotionnelles, un système de géolocalisation, etc... ?

Comment adapter sa relation client à l'immédiateté induite par le mobile et la social fidélisation ? Pour rappel, moins de la moitié des consommateurs reçoivent aujourd'hui une réponse à une question posée sur le web ou par le mobile, alors qu'ils attendent au contraire un retour rapide en passant par ce type de canaux.

Comment mettre en place une relation client communautaire et contributive afin de mieux capter le consommateur et surtout de mieux le connaître ?

Salle : AMPERE.

**Comment générer des prospects sur internet lorsque l'on ne vend pas directement en ligne ?** Wordpress, Joomla, 1and1, ovh... Quelle solution choisir pour se donner un minimum de visibilité ? Livre blancs, blogs, forums, guides d'achats, web séminaires, vidéos... Quels sont les outils pour générer des prospects sur un site web en B2B ? Un blog est-il indispensable pour devenir un expert dans son domaine d'activité ?

**Comment rentabiliser un site web lorsque l'on est un commerçant ?** PagesJaunes.fr, Google Maps, Qype, Citivox, Trip Advisor... Comment exploiter le référencement local pour se faire connaître ? Foursquare, Twitter, Facebook... Est-ce que ce sont des outils qui peuvent être utilisés pour générer du chiffre d'affaires ? Est-ce que cela prend du temps ? Combien cela coûte ? Quels sont les outils indispensables à maîtriser quand on est restaurateur, hôtelier... ?

**Comment attirer plus de prospects sur le web et dépasser sa zone de chalandise naturelle ?** Google Adwords, Facebook Ads, Viadeo, LinkedIn... Comment utiliser ces outils pour générer plus de trafic ciblé ?

**Comment fédérer une communauté autour de son activité ?** Quelles sont les techniques pour animer une page Facebook, un compte Twitter...

**Comment surveiller son eRéputation ?** Google Alerts, Mention.net, Sprout Social, Hootsuite, Social Mention... De quelle solution avez-vous besoin pour surveiller votre marque ?

**Comment rentabiliser un blog ou un site de contenu ?** Adsense, affiliation, billets sponsorisés, recommandation de produits... Quelles doivent être les outils pour monétiser le trafic d'un site web de contenu ?

17H00-17H45 Comment arbitrer votre plan d'actions marketing dans le B2B afin de trouver plus de prospects et fidéliser vos clients ? AEM6

Salle : LUMIERE.

Resumé : 101 techniques et outils de communication B2B qui ont radicalement changé en moins de 5 ans... Vente aux entreprises et collectivités, marketing et communication BtoB... jamais un secteur d'activité n'a été bouleversé aussi en quelques années. L'explosion des nouveaux médias, les nouveaux formats d'événements professionnels, la communication multicanaux, la friilosité des acheteurs... engendre de profondes remises en question des plans de communication. Comment faire face sur des marchés qui évoluent à grande vitesse.

**Quelles sont les principales spécificités de la vente et communication B2B ?** Y a-t-il plusieurs typologies de ventes en B2B ? Quels sont les enjeux de la vente en B2B ?

**Qu'est-ce qui a changé depuis 2 ans dans la vente et la communication B2B** Boom du eBusiness, sophistication des campagnes multicanaux, concurrence accrue... Pourquoi les stratégies de marketing BtoB ont-elles profondément évolué ces 24 derniers mois ? Quelles spécificités doit prendre en compte un plan d'actions commerciales et de communication BtoB en 2013 ?

**Quels sont les incontournables dans un plan d'actions B2B** Quels outils de communication BtoB choisir ? Quelles sont les valeurs sûres et quels outils sont en perte de vitesse ? Presse, location de fichiers, sites institutionnels, communautés professionnelles, salon professionnels, webmarketing... Quels sont les outils de prospection et de fidélisation BtoB les plus efficaces ? Retour d'expériences : Quels annonceurs BtoB illustrent le mieux la bonne maîtrise de leur plan d'action et de communication ?

**Quels leviers donnent une longueur d'avance par rapport à ses concurrents ?** Comment être plus pertinent face à ses prospects et clients ? Comment booster l'efficacité de ses commerciaux ? Comment exploiter à 100% son écosystème ? Comment réaliser le meilleur 'marketing mix' BtoB ?

**Comment coupler Marketing Multicanal et B2B ?** Compte tenu de l'étroitesse de la cible (parfois quelques centaines ou milliers de prospects et clients) les annonceurs doivent-ils aujourd'hui techniquement mettre en place des plans de communication 'one to one' ? Quelle complémentarité pour les différents outils Marketing ?

**Comment développer son chiffre d'affaires en B2B ?** Comment mesurer le retour sur investissement de votre plan d'action BtoB ? Comment améliorer le ROI de ses actions marketing ? Quels sont les nouveaux business modèles en B2B ?

**Quel futur pour la vente et la communication B2B ?** Mobilité, automates, Self Service, Automatisation... Vont-ils changer la vie des acheteurs en B2B ? Quels sont les fondamentaux du marketing de communauté ? Quelle place pour la marque ? Comment lutter dans une économie mondiale et en concentration ? Comment profiter de l'ouverture et de l'accessibilité apparente des marchés ? Peut on encore vendre un mauvais produit ? Comment faire face à la concurrence du Web et à la mondialisation ? Quels sont les outils de fidélisation BtoB les plus efficaces ?

17H00-17H45 Faut-il créer du trafic à tout prix sur votre site Web... ou penser rentabilité ? PEC10

Salle : TONY GARNIER.

Resumé : Revue d'actualité des techniques 2013 de promotion en ligne qui fonctionnent et qui dopent le revisites Votre site est-il trop peu connu et fréquenté ? Les causes peuvent être nombreuses. Mais il n'y a pas seulement la technique qui peut être en cause, mais aussi le positionnement, la formulation de l'offre, l'architecture de l'information, le référencement, etc. En deuxième partie d'atelier seront examinées les techniques de génération de trafic, en termes d'EFFICACITE et de ROI. Les facteurs bloquants de trafic

Quels sont les leviers de génération de trafic indispensables ? Est-ce que le BtoB et le BtoC sont différents ?

SEO, PPC et SEM ? Comment jouer sur la complémentarité ?

L'email marketing, toujours efficace ou pas ? Les dangers du mass mailing ou l'efficacité en fidélisation

Net & backlinking : indispensable

Comment améliorer la conversion de ses pages d'atterrissage et de son site Web ?

Médias Sociaux : Indispensables ou gadgets ? Comment calculer leur ROI ?

Le marketing viral : il n'y a pas que le jeu...

L'affiliation : Un marché saturé ou un marché en devenir ?

**Intervenant :** Gregory PALAYER - Directeur, UpMyBiz

17H00-17H45 Applications Mobiles, pinterest, QR codes, réalité augmentée, F-commerce, tarification dynamique, essayages virtuels... Zoom sur les nouveaux leviers de PEC11

Salle : JACQUARD.

Resumé : 2.0, Web 3D, tarification dynamique, essayages virtuel, Widget, Mashup... **quels leviers innovants pour rentabiliser vos projets web 2.0 ?** En quelques mois seulement, les règles du jeu en matière de webmarketing ont profondément évolué. Fini le temps du client passif attendant sagement les sollicitations par e-mailing. Devenu actif, conscient de son pouvoir en réseau, le néo-internaute crée son blog, s'informe par plusieurs sources convergentes, compare automatiquement les prix et les services...

Le modèle financier de E-bay et de PriceMinister prouve, si besoin, que le CtoC constitue sans conteste un puissant levier de rentabilité pour l'industrie de la vente à distance et de l'e-commerce.

Boutiques à interfaces riches, moteurs de recherche graphique, boutiques déportées en marque blanche, F-Commerce, chat, agents virtuels... 9 nouveaux concepts d'e-commerce à suivre de près

Les nouveaux boosters de la vente à distance et de l'e-commerce. Tout va changer dans les 18 prochains mois ! Qr Codes, réalité augmentée, applications mobiles, RFID...

Comment la mobilité va bouleverser le eCommerce dans les années à venir ?

Tarification dynamique, référencement des comparateurs de prix, internationalisation, mise en place de données éditoriales, voix sur IP, centres de contacts multicanal... Découvrez si votre activité VAD est vraiment prête...

Quels sont les nouveaux accélérateurs de rendement pour vos catalogues papier et électroniques ?

Buzzmarketing, webmarketing alternatif et 2.0... Comment sortir du lot via le Off Line ? Quand le Marketing s'invite dans la rue cela donne le Street Marketing... Mais est-ce que cela s'adresse à toutes les PME ? Costumes, affichage, mobilier urbain, gigantisme, taxi, bus... Comment peut-on passer de la simple distribution de prospectus et à l'affichage classique à une action étonnante et détonante ? Est-ce que le but est uniquement de générer les ventes ou plutôt de marquer les esprits ?

Searchandizing : Art de faire de la navigation une arme de vente, en assistant de manière proactive le prospect dans sa démarche de recherche. Il s'agit par exemple d'assurer les fonctions de guide d'achat, d'assistant de sélection, de comparateur expert... Le secret réside dans l'art de pousser de manière intelligente les bons produits dans un tunnel/entonnoir centré sur la demande du client, la finalité étant de maximiser la conversion, le montant du panier moyen et la marge dégagée.

Comment définir vos cibles ? Leurs comportements, leurs emplacements, leurs codes et leurs attentes ?

Esquisses de définitions : Un phénomène buzz ? Quelles caractéristiques du webmarketing alternatif ?

**Intervenant :** Jean-Baptiste DAGUENE - Responsable Commercial France, TRUST PILOT

17H00-17H45 Prise de parole... Comment réussir vos présentations en public ou l'art de convaincre !

PERF9

Resumé : Les clés essentielles pour préparer et réussir ses interventions, les bons comportements pour convaincre :  
Comment se préparer avant l'intervention ?  
Les pièges de la prise en parole en public : apprendre à les repérer pour les déjouer  
Les astuces pour développer votre aisance  
comment accroître l'adhésion à votre présentation.