

BULLETIN D'INSCRIPTION

À retourner à Pénélope Vincent / L'Argus de l'assurance
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 Antony Cedex
Fax : +33 (0)1 77 92 98 17

Mme Mlle M.

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal : Ville :

Pays :

N° TVA Intracommunautaire :

Votre numéro de commande interne :

Raison sociale et adresse de facturation (si différente) :

.....

Tél. : Port. :

Fax :

E-mail : @

Je m'inscris aux JOURNÉES «E-ASSURANCE 2011»
ET JE CHOISIS

- La conférence du 20 octobre 2011 La formation préalable du 19 octobre 2011 La formation complémentaire du 21 octobre 2011

Tarif

- 3 jours : 1 995 € HT (2 386,02 € TTC) 2 jours : 1 595 € HT (1 907,62 € TTC) 1 jour : 995 € HT (1 190,02 € TTC)

Je joins un chèque correspondant d'un montant de € TTC à l'ordre du Groupe Industries Services Info

Fait à le

Signature Cachet de l'entreprise

Informations programme :
Lamia ZERROUKI
lzerrouki@infopro.fr
Tél : +33 (1) 77 92 99 06

Retrouvez les modalités d'inscription sur le site www.argusdelassurance.com

INFOPRO est un organisme de formation enregistré sous le numéro 11 92 17543 92

Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat et ce en vertu de l'article L.6352-12 du code du travail

INFORMATIONS PRATIQUES

A qui s'adressent ces journées ?

Au sein des compagnies d'assurances, mutuelles, institutions de prévoyance, sociétés de bancassurance, d'assistance, sociétés de courtage, organisations professionnelles, ces journées s'adressent aux :

- Présidents
- Directions générales
- Directions commerciales
- Directions marketing
- Directions stratégie multicanal
- Directions Internet et nouvelles technologies
- Directions du développement
- Directions de la communication
- Directions techniques
- Chefs de produits
- Courtiers
- Agents généraux

Lieu de la conférence

PULLMAN PARIS RIVE GAUCHE
8-12, rue Louis Armand
75015 PARIS

Parking public

Métro : Balard (ligne n°8) / Porte de Versailles (ligne n°12)
RER C : Boulevard Victor Hugo

Lieux des formations

Paris.
Les lieux exacts des formations vous seront précisés sur votre convocation envoyée avant le stage.



Préparez la conférence
et retrouvez l'application Iphone
« E-assurance » en la téléchargeant
gratuitement sur Itunes

E-ASSURANCE 2011

LES RENCONTRES
L'ARGUS
de l'assurance

L'ARGUS DE L'ASSURANCE
Antony Parc II
10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 ANTONY Cedex
Tél. : +33 (0)1 77 92 99 06
Fax : +33 (0)1 77 92 98 17
www.argusdelassurance.com

UN ÉVÉNEMENT DU GROUPE
INFOPRO
COMMUNICATIONS

EN PARTENARIAT AVEC

Deloitte.

Deloitte couvre une palette d'offres de services très large : consulting, audit et risk services, juridique et fiscal, expertise comptable et corporate finance, suivant sa stratégie pluridisciplinaire.

Nos 170 000 professionnels à travers le monde sont animés par un objectif commun, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.

En France, Deloitte compte 6400 collaborateurs et associés travaillant auprès de clients de toutes tailles et de tous secteurs. Accompagnant l'évolution de la société et les transformations qui y interviennent, le domaine du conseil en assurance compte parmi les secteurs les plus dynamiques au service des acteurs majeurs européens et mondiaux.

Pour en savoir plus : www.deloitte.fr



OCTO est un cabinet de Conseil en Systèmes d'Information regroupant 140 collaborateurs en France, en Suisse et au Maroc. Partenaire des grands comptes sur les chantiers stratégiques de refonte de SI, OCTO accompagne aussi ses clients dans la mise en oeuvre de leurs projets d'innovation.

Depuis plus de 2 ans, OCTO accompagne les assureurs (Generali, GCE assurances, Axa, MMA...) dans le développement de leurs applications mobiles depuis l'idée jusqu'à l'Appstore ou dans des missions de stratégie mobile.

Pour en savoir plus : www.octo.com

AVEC LE SOUTIEN DE



L'ACSEL est un lieu d'échange, de réflexion et de propositions consacré à l'impact des nouvelles technologies sur le développement de l'économie et sur les évolutions de la société. Elle est ouverte à toutes les catégories d'acteurs concernées par ces questions : prestataires techniques, e-commerçants, opérateurs de réseaux, banques, acteurs du e-marketing, juristes, etc. Ses actions portent principalement sur le marketing, la distribution, la mobilité, les moyens de paiement, les identités numériques ; l'ACSEL agit aussi au niveau européen. Les réalisations de l'ACSEL portent principalement sur des études, conférences, missions à l'étranger, réponses à des consultations publiques, recommandations, etc.

Pour en savoir plus : www.acsel.asso.fr



fédération e-commerce
et vente à distance

La Fédération du e-commerce et de la vente à distance fédère plus de 530 entreprises et près de 800 sites internet parmi lesquels les sites leaders du e-commerce en France. Elle est l'organisation représentative du secteur du commerce électronique et de la vente à distance. La Fevad a notamment pour mission de recueillir et diffuser l'information permettant l'amélioration de la connaissance du secteur et d'agir en faveur du développement durable et éthique du commerce électronique et de la vente à distance en France.

Pour en savoir plus : www.fevad.com

LES RENCONTRES
L'ARGUS
de l'assurance

20 OCTOBRE 2011
PARIS

ÉDITO



E-ASSURANCE

5^e édition

QUELLES STRATÉGIES GAGNANTES SUR INTERNET

AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE :



Yves MASSON
Président Directeur général,
DIRECT ASSURANCE



François MOMBOISSE
Président, FEVAD (FÉDÉRATION
E-COMMERCE ET VENTE À DISTANCE)
Directeur des relations institutionnelles,
FNAC

ET LES INTERVENTIONS DE :

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|------------|-------------|
| ■ ACOMMEASSURE.COM | ■ BNP PARIBAS | ■ GENERALI | ■ SURAVENIR |
| ■ ACP | ■ CHUBB INSURANCE FRANCE | ■ MAIF | |
| ■ ALTAPROFITS | ■ DELOITTE | ■ OCTO | |
| ■ AXA FRANCE SERVICES | ■ EULER HERMES SFAC | ■ SAPHIR | |

19 OCTOBRE 2011
PARIS

FORMATION PRÉALABLE

M-assurance : comment construire une stratégie mobile innovante

ANIMÉE PAR : Éric BIERNAT, Manager, OCTO

21 OCTOBRE 2011
PARIS

FORMATION COMPLÉMENTAIRE

Comment Internet transforme votre stratégie multicanal

ANIMÉE PAR : Anouar HAMIDOUCHE, Responsable pôle conseil, PERFORMANCE INTERACTIVE

Les ventes sur Internet devraient croître de 24 % en France et représenteraient, à fin 2011, 38,7 milliards d'euros. Internet pèserait ainsi plus de 3,7 % du PIB français annuel, et, d'ici 2015, son poids pourrait passer à 5,5% du PIB.

Côté assurances, les ventes en ligne contribueraient dans l'Hexagone à moins de 8 % du total des ventes, alors qu'en Grande-Bretagne, elles atteignent déjà près de 30 % ! Des chiffres qui confirment de réelles opportunités de croissance pour le marché français de l'assurance.

Pour démultiplier les ventes en ligne, les acteurs du marché doivent encore relever plusieurs défis :

- Quels sont les besoins et le profil type du nouveau cyberconsommateur
- Comment concilier devoir de conseil et e-business
- M-assurance / Analytics / Marketing affinitaire : vers une nouvelle relation client ?
- Comment repenser votre stratégie de distribution

Pour en débattre, *L'Argus de l'assurance* vous invite à participer, le 20 octobre 2011 à Paris, aux 5^e Rencontres de l'E-assurance. A cette occasion, assureurs, comparateurs, pure players et experts en e-commerce seront réunis pour partager avec vous leurs stratégies web.

Pour compléter cette journée, nous vous invitons à deux formations complémentaires :

- la formation du 19 octobre 2010, « M-assurance : comment construire une stratégie mobile innovante » animée par Éric BIERNAT, Manager chez OCTO
- la formation du 21 octobre 2010, « Comment Internet transforme votre stratégie multicanal » animée par Anouar HAMIDOUCHE, Responsable pôle conseil chez PERFORMANCE INTERACTIVE.

En me réjouissant de vous y accueillir,

Tiphaine BLOMART
Chef de projets conférences,
L'Argus de l'assurance

EN PARTENARIAT AVEC

Deloitte.



AVEC LE SOUTIEN DE



fédération e-commerce
et vente à distance

FORMATION PRÉALABLE 19 OCTOBRE 2011

M-ASSURANCE : COMMENT CONSTRUIRE UNE STRATÉGIE MOBILE INNOVANTE

Journée animée par **Éric BIERNAT**, Manager, **OCTO**

OBJECTIFS

- Comprendre les spécificités du mobile dans une stratégie multicanal
- Maîtriser les grandes familles technologiques, les principales innovations et leurs usages
- Mesurer les facteurs clés de succès d'un projet M-assurance
- Mettre en œuvre une méthodologie adaptée à la réussite de votre projet

9h00 DÉBUT DE LA FORMATION

Cerner les enjeux de la M-assurance

- Panorama de la M-assurance & analyse de marché
- Distinguer les différentes plateformes et systèmes d'exploitation : Iphone, BlackBerry, Android, ...
- Comprendre le boom des smartphones et des tablettes
- Saisir les opportunités de la mobilité dans l'assurance
- Ajuster votre stratégie aux clients non possesseurs de smart-phone

Maîtriser les principales innovations technologiques

- Tablette ; WebApp/App ; application connectée/déconnectée
- Comprendre les différents modes de déploiement et de « stores » possibles

Identifier les facteurs clés de succès pour votre projet M-assurance

- Comprendre les enjeux liés à l'ergonomie et au design
- Appréhender les pré-requis d'un projet M-assurance : marketing, technique, juridique, communication
- Mobiliser les forces vives de votre organisation
- Construire une méthode de projet itérative en équipe : la « méthode agile »
- Bâtir une typologie d'application pour un client avec des objectifs établis
- Définir votre stratégie mobile : cible / usage / ROI
- Connecter son projet M-assurance avec son système d'information

Bâtir votre projet M-assurance

- Trouver l'idée et la soutenir en interne
 - Animer les forces vives internes de l'entreprise
 - Monter une équipe projet
- Répartir le budget sur votre projet
- Réussir votre mise en marché : maximiser le nombre de download et la fréquence d'utilisation

18h00 FIN DE LA FORMATION



Éric BIERNAT

est ingénieur de formation, Centrale Paris (promotion 2002). Passionné par l'innovation technologique, et manager chez OCTO, il travaille depuis plus de 2 ans sur les nouvelles stratégies de M-assurance, et accompagne plusieurs acteurs du marché dans la définition de leur stratégie mobile. Il anime régulièrement des ateliers de brainstorming sur la M-assurance et l'élaboration de plans marketing mobile.

AVEC LA PARTICIPATION DE

Éric BIERNAT	Manager, OCTO
Bertrand BORE	Directeur du développement, GENERALI
Bénédicte DAULL MASSART	Senior manager conseil, DELOITTE
Virginie FAUVEL	Directrice banque en ligne, BNP PARIBAS
Marie-Pierre FLOCH	Chef de produit, EULER HERMES SFAC
Arnaud GIRAUDON	Président fondateur, ACOMMEASSURE.COM
Béatrice GUEGUINIAT	Responsable du Service Canal Pilotage Internet, MAIF
Guillaume LEMELE	Directeur IT conseil et services distribution Internet & marketing, AXA FRANCE SERVICES
François LENEVEU	Président du Directoire, ALTAPROFITS
Fabrice PESIN	Secrétaire général adjoint, ACP Coordinateur du pôle commun, ACP-AMF
Julien MALDONATO	Senior manager conseil, DELOITTE
Yves MASSON	Président Directeur général, DIRECT ASSURANCE
François MOMBOISSE	Président, FEVAD (Fédération e-commerce et Vente à Distance) Directeur des relations institutionnelles, FNAC
Abel MORIEUX	Directeur Département Individuelle Accidents, CHUBB INSURANCE FRANCE
Olivier NIGEN	Directeur du développement, SURAVENIR
Gabriel SZAPIRO	Chargé de Conférences à H.E.C. Président-Directeur Général, SAPHIR

CONFÉRENCE 20 OCTOBRE 2011

Journée animée par **Anne LAVAUD**, Rédactrice en chef, de *L'Argus de l'assurance*

8h30 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

9h00 Allocution d'ouverture

- 2020 : la fin du e-commerce... ou l'avènement du commerce connecté ?

Présentation de l'étude **FEVAD**

François MOMBOISSE, Président, **FEVAD (Fédération E-commerce et Vente à Distance)**
Directeur des relations institutionnelles, **FNAC**

9h20 Quel est le profil du cyberconsommateur en assurance

Présentation du 1^{er} baromètre des cyberconsommateurs par **DIRECT ASSURANCE**

- Quelles sont les habitudes d'achat sur Internet ? Quels sont les contrats les plus plébiscités
- Les cyberconsommateurs ont-ils confiance dans les informations présentes sur le web
- Pour quels types d'achat recourent-ils aux comparateurs de prix
- Les réseaux sociaux ont-ils une influence sur la décision d'achat

Yves MASSON, Président Directeur général, **DIRECT ASSURANCE**

9h40 Ventes en ligne : quelles sont les recommandations du régulateur

- Devoir de conseil, obligations d'information... : qu'en est-il sur Internet
- Quel contrôle et surveillance de la publicité et de la vente d'assurance sur le web

Fabrice PESIN, Secrétaire général adjoint, **ACP** ;
Coordinateur du pôle commun, **ACP-AMF**

10h00 Devoir de conseil sur Internet : comment répondre aux contraintes réglementaires

- Comment conseille-t-on sur le web
- Comment palier au risque de défaut de conseil
- Les exigences de l'ACP ont-elles modifié la distribution en ligne

Arnaud GIRAUDON, Président fondateur, **ACOMMEASSURE.COM**

François LENEVEU, Président du Directoire, **ALTAPROFITS**

10h40 PAUSE

E-ASSURANCE

Quelles stratégies gagnantes sur Internet

TABLE RONDE

11h10 Saisir les opportunités du e-commerce : avec quelle stratégie de distribution ?

- Comment réconcilier réseau physique et Internet : vers un modèle multicanal intégré - Retour d'expérience de **BNP PARIBAS** sur la « net agence »
- Positionnement produit / prix : quelles offres proposer
- Comment accroître son taux de transformation et de conversion
- Du multicanal au cross canal : quelle stratégie de distribution adopter

Bertrand BORE, Directeur du développement, **GENERALI**

Virginie FAUVEL, Directrice banque en ligne, **BNP PARIBAS**

Olivier NIGEN, Directeur du développement, **SURAVENIR**

12h00 L'Analytics et les modèles prédictifs... la prochaine étape pour les stratégies sur Internet ?

- Comment collecter, analyser et exploiter les données sur Internet
- Segmentation / cross-selling / rétention / maîtrise des coûts / gestion des risques ... quels enjeux pour les assureurs
- Retours d'expérience à l'étranger

Bénédicte DAULL MASSART et **Julien MALDONATO**, Senior managers conseil, **DELOITTE**

12h45 DÉJEUNER

14h15 Comment accélérer l'acquisition de nouveaux assurés et les fidéliser

- Géolocalisation, réseaux sociaux, smartphones, applications... vers une relation client nomade
- Comment solliciter le client au moment opportun
- Quels services additionnels proposer pour améliorer la relation client sur le web

Bénédicte DAULL MASSART, Senior manager conseil, **DELOITTE**

Béatrice GUEGUINIAT, Responsable du Service Canal Pilotage Internet, **MAIF**

Guillaume LEMELE, Directeur IT conseil et services distribution Internet & marketing, **AXA FRANCE SERVICES**

DÉBAT

15h00 Panorama M-assurance : quelles leçons tirer des initiatives passées

- Smartphones / tablettes : quelles sont les principales innovations technologiques
- Comment accompagner les assurés dans la mobilité ? Quels services et applications adopter
- Comment évaluer son ROI en termes d'image/business
- Y-a-t-il un risque à ne pas faire de M-assurance aujourd'hui

Éric BIERNAT, Manager, **OCTO**

15h30 Facebook, twitter, forum, blog... : quel e-marketing viral adopter

- Comment mettre en œuvre une stratégie globale de *community management*
- Quels vecteurs et outils de communication utiliser sur Internet
- E-réputation : comment maîtriser l'image de votre entreprise sur le web
- Comment créer une communication d'influence, l'entretenir et fidéliser votre cible

Gabriel SZAPIRO, Chargé de Conférences à **H.E.C.** ;
Président-Directeur Général, **SAPHIR**

16h00 Le marketing affinitaire : pourquoi innover dans la segmentation de l'offre produit sur Internet

- Le marketing affinitaire : un nouveau relais de croissance ?
- Étapes de la vie, comportements, modes de vie... : comment segmenter ses produits ? Jusqu'où aller dans la segmentation

Abel MORIEUX, Directeur Département Individuelle Accidents, **CHUBB INSURANCE FRANCE**

16h30 Utiliser Internet pour améliorer la relation client : l'exemple du coffre-fort électronique

- La dématérialisation de la relation client est-elle génératrice de valeur
- Maîtrise des coûts de gestion, gain de temps... : vers une optimisation de la gestion des contrats
- Quel partage de l'information adopter ? Quelle e-relation client instaurer

Marie-Pierre FLOCH, Chef de produit, **EULER HERMES SFAC**

17h00 FIN DE LA JOURNÉE

FORMATION COMPLÉMENTAIRE 21 OCTOBRE 2011

COMMENT INTERNET TRANSFORME VOTRE STRATÉGIE MULTICANAL

Journée animée par **Anouar HAMIDOUCHE**, Responsable pôle conseil, **PERFORMANCE INTERACTIVE**

OBJECTIFS

- Comprendre les comportements du consommateur dans un contexte multicanal
- Intégrer votre stratégie web dans une stratégie globale
- Mesurer votre dispositif e-business à mettre en œuvre
- Objectiver et suivre les résultats

9h00 DÉBUT DE LA FORMATION

Comprendre l'évolution du comportement de votre cible dans un contexte multicanal

- État des lieux du canal Internet
 - Quelle évolution du comportement du consommateur
 - Vers un décloisonnement des business model
 - De l'avant-vente à l'après-vente
- Tirer parti des spécificités d'Internet
 - Quelle dématérialisation de l'offre ? Avec quelle interactivité
 - Être en veille active et gérer votre e-reputation
 - Améliorer la création de trafic : acquisition vs. fidélisation
 - Valoriser la désintermédiation dans votre relation client
- Évoluer en adéquation avec les interfaces et la mobilité
 - Quels sont les atouts de la démarche on line
 - Optimiser la segmentation des offres et des relations
 - Enrichir votre offre de services

Saisir les enjeux d'Internet dans votre stratégie globale de distribution

- Fixer les objectifs à atteindre, les qualifier et quantifier
 - Catégoriser et hiérarchiser les canaux de distribution
 - Définir les objectifs par canal
 - Déterminer les indicateurs de performance
- Bâtir votre stratégie d'assurance directe
 - Identifier les besoins marketing, commerciaux et fonctionnels
 - Mesurer l'impact sur votre cible et sur votre organisation interne
 - Quel bilan d'impact établir
- Étudier les avantages concurrentiels de vos réseaux de distribution

Améliorer vos taux de transformation sur Internet

- Optimiser la qualité du trafic vers votre site Internet
- Comment transformer un visiteur en acheteur
- Avec quels outils et quelle offre dématérialisée

Piloter efficacement votre site marchand

- Mettre en place une démarche itérative d'optimisation des performances
- Choisir les outils à mettre en œuvre
- Construire les tableaux de bord adaptés

18h00 FIN DE LA FORMATION



Anouar HAMIDOUCHE

Responsable du pôle conseil au sein de l'agence **PERFORMANCE INTERACTIVE**, il intervient notamment sur les aspects stratégie, business plan, optimisation et efficacité commerciale des systèmes interactifs. Il est également chargé de conférences à l'université Paris XII.