

## Bulletin d'Inscription

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

E-com01

Mme  Mlle  M.

Nom : .....

Prénom : .....

Fonction : .....

Tél. : ..... Port. : .....

E-mail : .....@ .....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Cedex : ..... Pays : .....

N° TVA intracommunautaire : .....

N° Commande interne : .....

N° de Siren : .....

Organisme payeur et adresse de facturation (si différents) : .....



### Je m'inscris et je choisis :

La conférence E-commerce & M-commerce du 15 mars 2012

La formation E-commerce du 16 mars 2012

Tarif Normal	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 995 € HT / 1190,02 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1690 € HT / 2021,24 € TTC
Tarif PME (Moins de 250 salariés)	
<input type="checkbox"/> 1 Jour 750 € HT / 897 € TTC	<input type="checkbox"/> 2 Jours 1390 € HT / 1662,44 € TTC

Inscrivez-vous à plusieurs et bénéficiez de nos tarifs dégressifs :  
<http://evenements.infopro.fr/lisa/>

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

J'accepte de recevoir des offres adressées par LSA ou ses partenaires

Je reconnais avoir pris connaissance des Conditions Générales de Vente qui sont accessibles à l'adresse : <http://evenements.infopro.fr/lisa/cgv> et les accepte sans réserve.

Fait à : .....  
Le. : .....  
Signature

Cachet de l'entreprise

LSA et Les Rencontres LSA sont des marques de la société GROUPE INDUSTRIE SERVICE INFO (GISI) Société par actions simplifiée au capital de 38 628 352 euros. Siège social : 10, place du Général de Gaulle - 92160 ANTONY immatriculée au R.C.S.NANTERRE sous le n° 442 233 417

## Informations Pratiques

### Conférence

**Jeudi 15 mars**

Marriott Champs Élysées  
70 avenue des Champs-Élysées  
75008 Paris  
Métro : Georges V (ligne n°1)

### Formation complémentaire

**Vendredi 16 mars**

La formation se tiendra à Paris, le lieu exact vous sera communiqué ultérieurement.

### Consultez les informations relatives à l'hébergement et à l'accès sur notre site internet :

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conference-ecommerce-m-commerce-2012-59>

**onglet Informations et tarifs**

## En partenariat avec



LaSer est une société de services, acteur européen dans l'intermédiation et la relation client. LaSer développe pour le compte d'enseignes ou de marques, des solutions dans l'univers des cartes (fidélité, privative, prépayée, co-brandée...), de la data (analyse des données, connaissance clients, segmentation, tendances de consommation...) et des services (crédit, assurances, relation client à distance...). Au travers de ses marques commerciales LaSer propose également en direct aux particuliers des services financiers et des services de la vie quotidienne. Implanté en Europe, LaSer est détenu à parité par le groupe Galeries Lafayette et BNP Paribas Personal Finance. LaSer emploie plus de 9000 personnes et a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires supérieur à 1,6 milliard d'euros. Pour toute information :

[www.lasergroup.eu](http://www.lasergroup.eu)

LES RENCONTRES  
**LSA**

Jeudi 15 MARS 2012

Paris

7<sup>e</sup> édition

## E-COMMERCE & M-COMMERCE

### Saisissez les nouveaux relais de croissance du cross canal

- Quels leviers actionner pour rentabiliser et pérenniser votre site e-commerce
- Comment vous lancer sur le canal mobile
- Comment réussir une stratégie cross-canal cohérente

### AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE



Anne-Véronique BAYLAC  
Directrice E-Commerce  
et Développement  
LA REDOUTE



Gauthier PICQUART  
Président -Directeur  
général  
RUE DU COMMERCE



Julien ZAKOIAN  
Directeur marketing  
VENTE-PRIVEE.COM

### ET NOTAMMENT LES INTERVENTIONS DE

- Anne-Laure CONSTANZA, *Présidente, ENVIE DE FRAISES*
- François GUERMONPREZ, *Direction de l'Innovation, AUCHAN*
- Jean-François KLEINPOORT, *Directeur Multi-Canal, CASTORAMA*
- Aline LOGIÉ, *Responsable E-Commerce, KING JOUET*

En partenariat avec



Avec le soutien de



Formation complémentaire

**16 mars 2012**

**E-COMMERCE**

**Comment dynamiser vos ventes en ligne**

Edito

**Sites marchands, applications mobiles, réseaux sociaux, points de vente, drive...** : les marques investissent désormais tous les canaux de vente et doivent construire leur stratégie digitale autour des nouveaux moments et comportements de consommation.

Pour tirer parti d'un marché du e-commerce hyper concurrentiel et toujours en forte croissance (+28% de sites actifs depuis 2010 selon la FEVAD), industriels et distributeurs de la grande consommation, qu'ils soient PME ou grands groupes, sont à la recherche de nouveaux leviers pour **relever les taux de transformation, garantir leur rentabilité et se développer durablement.**

Selon une étude XERFI, le marché du m-commerce devrait, quant à lui, atteindre une croissance annuelle moyenne de 90% d'ici 2015 ! Il n'en reste pas moins un marché difficile à appréhender, sur lequel les consommateurs sont ultra zappeurs. Comment dès lors se lancer et **proposer des applications à la fois attrayantes, utiles et simples d'utilisation pour séduire et fidéliser votre cible ?**

Enfin, **comment coordonner et faire jouer les synergies entre vos différents canaux de vente ? Comment assurer la continuité et la cohérence des offres tout en proposant une expérience d'achat souple au consommateur nomade ?**

Venez assister aux retours d'expériences d'acteurs incontournables du E-commerce et du M-commerce le jeudi 15 mars 2012 lors de la conférence organisée par LSA qui vous apportera des éclairages concrets sur les stratégies à suivre pour croître efficacement sur les nouveaux canaux de distribution.

En complément, nous vous proposons une journée de formation le 16 mars sur le thème « E-commerce : comment dynamiser vos ventes en ligne ».

En me réjouissant de vous accueillir les 15 et 16 mars prochains,

Clémence Douady

Chargée de conférences I LSA

LES RENCONTRES

**LSA**

Depuis 1958, LSA anime le marché de la grande consommation avec un hebdomadaire diffusé à plus de 20 000 exemplaires autour duquel se sont développés de nombreux services d'information et de mise en relation. Il accompagne les acteurs de la grande consommation et les aide à décrypter l'actualité, pour améliorer leurs performances, adapter leurs pratiques et produits aux évolutions du marché.

Marque médias de référence pour tous les cadres et décideurs de la grande consommation en France, LSA a développé une expertise pointue et se distingue par son approche innovante et proactive.

Les rencontres LSA se déclinent sous plusieurs formats :

- Des événements annuels sous forme de conférences, congrès et trophées
- Des formations pratiques et méthodologiques, clubs et matinées débats

UNE PUBLICATION DU GROUPE  
**INFOPRO**  
COMMUNICATIONS

Vendredi 16 MARS 2012

## E-COMMERCE

Comment dynamiser vos ventes en ligne

Objectifs de la formation :

Développer un plan d'actions efficace pour dynamiser votre site commercial

Générer un trafic plus qualitatif pour doper votre taux de transformation

Maîtriser les outils de marketing et communication

Formation animée par :



Paul-Émile CADILHAC  
Fondateur  
BORN TO BE  
INTERACTIVE

8h30 Accueil des participants

9h00 Début de la formation

• **Identifier les leviers pour accroître la rentabilité de votre site marchand**  
E-merchandising, animation commerciale, qualité et volume de trafic, marketing direct et démarche d'optimisation à mettre en œuvre

• **Accroître le volume des ventes et le panier moyen**  
Adopter une démarche merchandising efficace  
Optimiser vos éléments de présentation de l'offre  
Développer l'animation commerciale  
Exemples à suivre : grande distribution, produits techniques, mode...  
Contre-exemples : bricolage, banque/assurance,...  
Atelier : revue des sites internet des participants

12h30 Déjeuner

• **Optimiser les sources de trafic et la qualité de l'audience de votre site**  
Search marketing, display, affiliation, offline, marketing direct

• **Organiser votre site internet en fonction des origines de trafic**  
Exemples à suivre : cosmétique, équipement de la maison,...  
Contre-exemples : luxe  
Atelier : revue des problématiques des participants

• **Optimiser la base de données des clients**

• **Construire vos plans de contact**

• **Développer vos programmes relationnels**  
Exemples à suivre : produits culturels, produits techniques, VADistes  
Contre-exemples : distribution traditionnelle...  
Atelier : adaptation pratique aux sites internet des participants

17h00 Fin de la manifestation

# E-COMMERCE & M-COMMERCE

Saisissez les nouveaux relais  
de croissance du cross canal

Jeudi 15 MARS 2012

Paris

7<sup>e</sup> édition

AVEC LES INTERVENTIONS DE :

<b>Anne-Véronique BAYLAC</b>	Directrice E-Commerce et Développement <b>LA REDOUTE</b>
<b>Anne-Laure CONSTANZA</b>	Présidente <b>ENVIE DE FRAISES</b>
<b>François GUERMONPREZ</b>	Direction de l'Innovation <b>AUCHAN</b>
<b>Jean-François KLEINPOORT</b>	Directeur Multi-Canal <b>CASTORAMA</b>
<b>Gaëlle LE FLOCH</b>	Strategic Insight Director <b>KANTAR WORLDPANEL</b>
<b>Roger LEI</b>	Marketing de l'Offre Paiement & Fidélité <b>LASER</b>
<b>Aline LOGIÉ</b>	Responsable E-Commerce <b>KING JOUET</b>
<b>Valérie MORRISSON</b>	Directrice générale adjointe, Technology Media & Business Services <b>TNS SOFRES</b>
<b>Gauthier PICQUART</b>	Président-Directeur général <b>RUE DU COMMERCE</b>
<b>Julien ZAKOIAN</b>	Directeur Marketing <b>VENTE-PRIVEE.COM</b>

VOUS ÊTES CONCERNÉS :

### Secteurs

- Distributeurs, Industriels des grands groupes et PME •

### Fonctions

- Directeurs généraux • Directeurs et responsables marketing •
- Responsables internet et e-business • Responsables web marketing •
- Directeurs de la communication • Directeurs commerciaux •
- Directeurs de la distribution • Chefs de groupe •
- Chefs de produit... •

08h30 Accueil des participants

### ACTUALITÉ ET CHIFFRES CLÉS

09h00 **Portrait-robot de l'e-consommateur en 2012 et motivations d'achat**

- Quels sont les différents profils d'e-shoppers et leurs attentes
- Courses en ligne, drives, points de vente : comment se construit le parcours client selon les différents canaux
- État des lieux et perspectives de vente selon les canaux de distribution

Gaëlle LE FLOCH | Strategic Insight Director | **KANTAR WORLDPANEL**

### QUELS LEVIERS POUR RENTABILISER ET PÉRENNISER VOTRE SITE E-COMMERCE

09h30 **PME : comment développer un site e-commerce performant**

- Navigation, fiches produits : optimiser l'ergonomie du site pour augmenter le taux de transformation et le panier moyen
- Livraison, échange, remboursement : proposer des services souples et un service client réactif
- Quels mécanismes mettre en place pour accroître votre notoriété

Anne-Laure CONSTANZA | Présidente | **ENVIE DE FRAISES**

10h00 **Places de marché, display, assortiment : générer des revenus complémentaires pour votre site marchand**

- Monétiser le trafic via des places de marché ou la vente d'espaces publicitaires
- Comment élargir vos gammes de produits à de nouvelles catégories
- Quelles perspectives pour les annonceurs au sein de ces nouvelles stratégies de distribution

Gauthier PICQUART | Président-Directeur général | **RUE DU COMMERCE**

10h30 Pause

11h00 **Comment enrichir l'expérience client pour vous démarquer de vos concurrents et gagner en reconnaissance et fidélité**

- Nouveaux services et nouvelles solutions : comment recruter et fidéliser le consommateur pour générer de nouveaux revenus
- Parcours client : la nouvelle relation entre le consommateur et l'enseigne à l'heure du digital
- Cas concrets : solutions de financement pour les e-commerçants & dématérialisation de programme de fidélité sur mobile

Roger LEI | Marketing de l'Offre Paiement & Fidélité | **LASER**

### COMMENT VOUS LANCER SUR LE CANAL MOBILE

11h30 **Rôle du smartphone dans le processus d'achat en France et benchmark à l'international**

- Préparer l'achat, drainer les consommateurs vers le point de vente ou pousser à l'achat immédiat : quelle est la place du smartphone dans la stratégie digitale
- Site web optimisés mobiles ou applications : quel choix privilégier pour séduire le consommateur
- Géolocalisation : quel niveau d'activation et d'acceptation par les consommateurs aujourd'hui
- Quelle appétence des consommateurs français envers le paiement mobile

Valérie MORRISSON | Directrice générale adjointe, Technology  
Media & Business Services | **TNS SOFRES**

12h00 Déjeuner

13h45 **Comment faire du m-commerce un véritable levier de croissance pour votre marque**

- Univers de la marque, fonctionnalités, services personnalisés : prolonger l'expérience de navigation du site internet sur smartphone
- Recruter, fidéliser, favoriser l'achat d'impulsion : quelles conséquences pour les ventes et la notoriété de la marque et de ses fournisseurs
- Comment répondre aux exigences de sécurité des consommateurs sur mobile

Julien ZAKOIAN | Directeur Marketing | **VENTE-PRIVEE.COM**

14h15 **Enseignes : comment amener le consommateur au point de vente grâce aux applications mobiles**

- Comment proposer un portail de services unique et simple d'utilisation
- Miser sur le flashcode et la reconnaissance d'image pour informer le consommateur sur les produits, leur traçabilité...
- Alerte promos et géolocalisation : fournir un service personnalisé à forte valeur ajoutée au consommateur
- Quels apports de l'application sur l'image et la notoriété de l'enseigne

François GUERMONPREZ | Direction de l'Innovation | **AUCHAN**

### SOCIAL-SHOPPING : PLACER LE CONSOMMATEUR AU CENTRE DE L'OFFRE

14h45 **F-commerce, Twitter... : comment exploiter efficacement les réseaux sociaux**

- Tirer parti du pouvoir de prescription des internautes sur les réseaux sociaux
- Gérer votre e-réputation et animer votre communauté : le rôle du community manager
- Social gaming, offres privilégiées, contenu inédit, promotions : comment transformer un fan en client
- Faut-il avoir sa boutique sur Facebook vs une page vitrine

Anne-Véronique BAYLAC | Directrice E-commerce et  
Développement | **LA REDOUTE**

### COMMENT RÉUSSIR UNE STRATÉGIE CROSS-CANAL COHÉRENTE

15h15 **Développer une expérience d'achat riche et cohérente sur les différents canaux**

- Proposer une offre produit unique sur tous les canaux de vente
- Comment gérer votre politique de prix, de promotions et de services on et off line
- Complémentarité des canaux : quels outils pour permettre aux clients de préparer leurs achats aussi bien sur le web, sur mobile et en magasin

Jean-François KLEINPOORT | Directeur Multi-Canal |  
**CASTORAMA**

15h45 **Drive, e-réservation, bornes de commande : comment intégrer ces services de commande et livraison**

- Gestion de la disponibilité produits, infrastructures, organisation des équipes : comment mettre en place ces solutions
- Optimiser la flexibilité du site internet : accès à l'offre, e-merchandising, SAV...
- Comment fidéliser sur ces canaux et favoriser l'achat d'impulsion
- Quels sont les impacts sur les ventes

Aline LOGIÉ | Responsable E-Commerce | **KING JOUET**

16h15 Fin de la manifestation



Nos prochaines conférences

<http://evenements.infopro.fr/lisa/conferences/>

**CATEGORY MANAGEMENT : Redynamisez votre mix catégoriel pour accélérer les ventes**

21 mars 2012, Paris

**Univers FRAIS-FROID : Réinventer votre offre pour doper votre croissance**

04 avril 2012, Paris

**BOISSONS en GMS**

05 avril 2012, Paris



Nos prochaines formations

<http://evenements.infopro.fr/lisa/formations/>

**Réussissez toutes vos NÉGOCIATIONS COMMERCIALES**

15 et 16 mars 2012, Paris

**MERCHANDISING : Valorisez votre implantation en linéaires**

15 et 16 mars 2012, Paris

**CATEGORY MANAGEMENT : Mettre en œuvre une stratégie centrée sur le shopper**

22 et 23 mars 2012, Paris

### Nous contacter

Vous avez une question relative à l'un de nos événements ? Notre service clients vous apportera une réponse dans les plus brefs délais concernant le programme, le suivi de votre inscription et les modalités.

Lamia ALILAT

[lalilat@infopro.fr](mailto:lalilat@infopro.fr)

Tel. : (+ 33) 1 77 92 99 06