

online 2006

Les Journées du Marketing, de la Publicité
et de la Relation Client sur Internet

- création de trafic et retour sur investissement
- stratégie et démarche web pour les PME - PMI
- acquisition, fidélisation et satisfaction client
- internet : media et outil de communication
- organisation et gestion de campagnes d'emailing
- profiling, tracking et provenance des internautes
- actualité des grands outils de recherche

www.online-2006.fr

17 et 18 mai 2006
CNIT - Paris - La Défense

online



Edito

Le media multi-usage et sans frontière se construit de jour en jour. Sous ses apparences simplissimes de part son accessibilité et son utilisation, le web développe des technologies sans précédent issues de la professionnalisation de ses prestataires. Il est loin, dorénavant, le temps de la start-up inexpérimentée, fourmillant de nouveaux concepts mais bien incapable dans la majorité des domaines d'en tirer profit. Internet aujourd'hui apporte au monde de l'entreprise des outils dont il ne peut plus se passer : messagerie mail, envoi et réception temps réel de documents, visibilité et image de marque à travers le monde accessible à tous, suivi et analyse de ses « consommateurs », nouveau format publicitaire, nouvelle source de revenus, etc.

Toutes ces innovations sont le fruit de recherches pointues effectuées dans des cadres professionnels. Aujourd'hui plus de 16 000 professionnels en France sont à votre disposition pour construire votre projet Internet au sein des 11,5 milliards de pages visibles recensées sur le web.

Le salon Online 2006 regroupe les meilleurs d'entre eux ! Bienvenue !

Denis Roux, Commissaire Général

Nomenclature

- web stratégie
- création
- référencement naturel
- positionnement payant
- fournisseur de contenu
- marketing SMS, MMS...
- éditeurs de jeux marketing, advertgaming
- Peer to Peer
- ebusiness
- recherche (annuaire, moteur)
- information
- extranet
- Intranet
- media Interactif
- newsletter
- affiliation
- ePub
- emailing
- relation Presse
- marketing direct
- tracking
- profiling
- marketing viral
- monitoring de performance
- sécurité
- analyse d'audience
- gestion de contenu
- gestion nom de domaine
- hébergement
- FAI
- geomarketing
- CRM (relation client)
- veille
- audit
- conseil
- études, statistiques
- reporting
- marketing interactif
- business intelligence
- catalogues électroniques
- SSII, intégrateurs

Le rendez-vous des professionnels du Marketing, de la Publicité et de la Relation Client sur Internet

En participant à Online 2006, vous rencontrerez 3 000 professionnels détenteurs de projets et vous vous adresserez à plus de 1 600 congressistes motivés.

Une exposition de taille humaine favorisant les échanges et les contacts qualifiés !

Centrée sur les outils et services marketing, pub, communication et CRM de l'Internet, les stands proposent de nombreuses démonstrations produit permettant aux visiteurs de découvrir de façon concrète et vivante la richesse des solutions.

Un visitorat pré-qualifié et sur rendez-vous !

Par la mise en place d'un dispositif de sélection de contacts de responsables ayant des projets d'entreprise et un module de prise de rendez-vous entre exposant et visiteur en amont de l'événement.

Un cycle de conférences gratuites qui répond aux problématiques essentielles et actuelles des entreprises !

Au cœur de la question de la Professionnalisation d'Internet, 4 demi-journées de conférences s'articuleront autour des thèmes : Internet Professionnel, Internet Media, Internet et ROI, Internet et Investissement.

2 journées de formation pour approfondir les grandes applications du web marketing et de la relation client sur Internet !

Très concrètes, ces formations sont assurées par des experts reconnus et indépendants. Elles sont illustrées par de nombreuses études de cas.

Conférences



Conseils pratiques, retour d'expériences, analyses d'experts, les conférences d'Online accueillent chaque année un nombre plus important d'auditeurs. En 2005 ce sont quelques 1 600 congressistes qui ont participé aux différentes sessions. Plus de 93 % des participants se sont déclarés satisfaits ou très satisfaits des conférences auxquelles ils avaient assisté. Pertinence des thèmes et des panels, qualité des interventions sont les clés de ce succès. Le recrutement des conférenciers s'appuie sur leur expérience, leurs savoirs faire et leur capacité à délivrer des informations actualisées, claires, non commerciales.

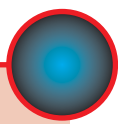
4 cycles de conférences gratuites d'1/2 journée :

- **Internet Projets et Prestataires** : quel projet pour quel perspective ? quels sont les métiers du web répondant à votre projet ? comment choisir les bons interlocuteurs parmi les 16 000 prestataires français ? quels nouveaux métiers et quelles nouvelles applications ?
mercredi 17 mai 2006 - 9h00/13h00
- **Internet Media et Pub** : quelle stratégie de communication ? quel impact attendu ? comment construire une campagne de communication Online court / moyen / long terme ? comment choisir les bons supports ? quelle place donner à Internet dans un plan media ?
mercredi 17 mai 2006 - 14h00/18h00
- **Internet Fichiers, e-Marketing et Référencement** : comment créer et gérer une newsletter ? comment choisir les bons fichiers cibles ? quels sont les outils d'e-Marketing correspondant à votre projet ? choisir entre le référencement naturel ou les liens sponsorisés ? quel référencement pour quel outil de recherche ?
jeudi 18 mai 2006 - 9h00/12h00
- **Internet Investissement, Financement et ROI** : quels investissements pour quel projet ? comment financer son projet et combiner au mieux les différentes sources d'investissements ? quelle rentabilité ? à quel terme ? comment calculer et analyser son meilleur retour sur investissement ?
jeudi 18 mai 2006 - 14h00/16h00

2 journées de formation

- **La vente en ligne pour les PME : les clefs du succès !**
Quelles sont les causes de la réussite du e-commerce ? Quelles en sont les conséquences ? Qui participe à ce succès ? Qu'est-ce qui fait d'un site marchand une réussite ? Quelles opportunités de créations et de développements aujourd'hui ? Le marché de l'e-commerce en détail. Un bilan de la dernière décennie et une projection d'ici à 2010. L'e-commerce est-il rentable aujourd'hui ? Des témoignages de grandes et petites entreprises.
mercredi 17 mai 2006 de 9h00 à 12h30
- **Communiquer en ligne pour un site visible et visité !**
Le marché et les coûts. Les différents systèmes de gestion de supports publicitaires. Qui annoncent ? Sur quels sites et pourquoi ? Quelle place occupe Internet dans un plan média ? Comment mettre en place une campagne de communication Online ? Quels standards publicitaires actuels ? Quels sont les avantages de la certification ? Comment analyser ses campagnes ? Quels investissements pour quel taux de transformation ? Comment acquérir et fidéliser ?
mercredi 17 mai 2006 de 14h00 à 18h30
- **Méthodologie de création et de gestion d'un site marchand.**
Les mises en place technologiques et logistiques d'un site marchand. Quand et comment lancer son site ? Quelle stratégie, pour quel terme et quel ROI ? Quelles démarches financières ? Comment gérer son site marchand ? Comment mettre en valeur votre offre et vos produits ? Quel process de commande et de paiement en ligne ? Quel est le comportement des internautes ? Quels sont les critères d'évaluation et de performance des internautes ?
jeudi 18 mai 2006 de 9h00 à 12h30
- **La sécurité avant tout !**
Protection des données. Protection du parc machine. Téléchargements et intrusions. Les problèmes de messagerie internet. Les obligations du stockage. Anti-spam et anti-virus. Comment protéger ses données ? L'émailing peut-il être condamné ? Les aspects juridiques (CNIL). Le marché de la sécurité réseau. Quelle sécurité interne à l'entreprise ? Les chiffres clés et les conséquences des attaques virales. Les arnaques en ligne. L'évolution et le coût des attaques informatiques.
jeudi 18 mai 2006 de 14h00 à 18h00

online



2524 visiteurs sur deux jours d'exposition !

Fonction

Directeur	21,12%	
Responsable Chef de Produit	19,86%	
PDG - Directeur Général	19,30%	
Consultant	11,47%	
Ingénieur	5,59%	
Collaborateur	5,17%	
Chef de Projet	4,48%	
Etudiant / Stagiaire	3,36%	
Technicien / Agent de Maîtrise	1,40%	
Profession Libérale	1,40%	
Enseignant / Universitaire	1,26%	

Service

Marketing / MD	24,24%	
Commercial	19,62%	
Informatique	16,16%	
Internet	9,81%	
Communication / RP	9,24%	
Direction Générale	9,09%	
Formation	2,31%	
Finances / Comptabilité / Gestion	2,02%	
PAO / Edition / Imprimerie	1,59%	
Production / Technique / Qualité	1,44%	
Achats /Services Généraux	1,01%	
Logistique	1,01%	
Ressources Humaines / Personnel	1,01%	

Activité

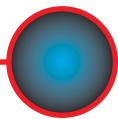
Services (dont Communication / Marketing / Pub)	32,79%	
Internet	22,77%	
Editeur / SSII	15,18%	
Industrie	12,27%	
Commerce / Distribution	8,68%	
Administration Publique / Coll Locales	8,31%	

Effectif

Moins de 10 salariés	28,04%	
De 10 à 49 salariés	35,05%	
De 50 à 499 salariés	19,03%	
De 500 à 999 salariés	7,43%	
Plus de 1000 salariés	14,45%	

Centre d'Intérêt

E-Marketing / E-Mailing / Affiliation	59,49%	
Création et Gestion de Sites	36,90%	
CRM	35,04%	
E-Commerce / Paiement Sécurisé	33,87%	
Web Design et Développement	26,94%	
E-Business	24,30%	
Portails et Contenus	24,30%	
Mobile / Wireless	22,30%	
E-Publicité	19,22%	
Echange BtoB / Edi / XML	19,22%	
E-Procurement	18,93%	
Hébergement / Fai	18,64%	
Référencement	17,03%	
Audits et Mesure d'audience	15,12%	



Promotion



La qualification du visitorat se fait par l'optimisation des bases de données du Groupe Solutions et le ciblage des visiteurs. Utilisation de questionnaires de pré-qualification et qualification des choix et intentions d'investissement des visiteurs. Possibilité de prise de rendez-vous pré-salon via le site web du salon.

- **Pour générer de nouveaux contacts.**

Plus de 300 000 envois du programme complet des conférences avec invitations personnelles seront diffusés sur la base des fichiers du Groupe Solutions, de fichiers complémentaires sectoriels et de fichiers horizontaux fournis par nos partenaires (presse et institutionnels). Plus de 150 000 invitations adressées à vos prospects et clients, par le biais des mailings réalisés par les exposants.

- **Pour fidéliser le coeur de cible.**

Les visiteurs et auditeurs qualifiés des précédentes éditions seront, bien évidemment, les premiers contactés : 12 000 badges directs leurs seront envoyés accompagnés du programme complet des conférences.

- **Sur le site web**

Les informations concernant les exposants, leurs offres, les conférences, les formations et ateliers seront mises à jour en permanence sur le site Web de la manifestation. Il offrira aussi la possibilité de se pré-enregistrer en tant que visiteur et de s'inscrire en ligne aux différentes conférences.

Nouveautés de l'édition 2006

Un espace conseil animé par des agences :

le lieu idéal pour mieux comprendre et préparer vos actions de web marketing.

Le module de prise de rendez-vous entre visiteurs et exposants :

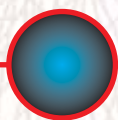
l'outil indispensable pour préparer votre salon et rencontrer les acteurs qualifiés !

Un espace « démo » couplé avec les ateliers exposants :

la présentation des dernières nouveautés du web tant dans les domaines de la recherche que des produits, logiciels et services.

Ils ont participé au Salon Online 2005

@position	DoubleClick	Mediastay
1ère Position	DoYouSoft	Mirago
24/7 Real Media	DPV	MM Création
Abondance	Eficio	Neolane
Ad'Oc	Ellia	Netbooster
AgentWebRanking	Emailing Solution	Overture
Apocope	Ecommerce Solution	Planfax
Areyounet.com	Emailvision	PowerBoutique
Business Interactif	Eulerian	Referencement.com
Business & Ressources	Evalimage	SFR
Cabestan	First-Coffee	SNCD
CB News	Google France	Sysnek France
CCIP	Groupe ADISTAR	Tekora
Cegetel	Homelidays	ToutsurlaCom
Chambersign	IAB	Tradedoubler
Chambertrust	ID.FR	Triade Agency
Clikeo	Imitiki	Webformance
Computer Links France	INES	WebRankInfo
Cre@-nt	Infocob	Webtrends
CVFM	Kinoa	Wysistat
Dolist.net	Mag Securs	Yooda



Enquête menée post-salon sur la base des visiteurs du Salon Online 2005

En venant au Salon Online, vos priorités étaient ?

- Visiter l'exposition 81,17 %
- Assister aux conférences gratuites 48,53 %
- Assister aux ateliers exposants 19,68 %

En choisissant d'assister aux conférences, quelle était votre principale motivation ?

- L'approfondissement d'une thématique que vous connaissez 42,81 %
- Les témoignages d'expériences 27,19 %
- La découverte d'une thématique que vous connaissez peu 23,54 %
- La recherche de solutions précises 18,33 %
- Les nouveautés du domaine 16,25 %

Quelles sont les nouveautés que vous souhaiteriez trouver lors de la prochaine édition d'Online ?

- La possibilité de rendez-vous pré organisés avec les exposants 38,45 %
- Un espace conseil animé par des agences 29,37 %
- Des démos de produits 16,27 %

Etes-vous venus à Online 2005 avec des projets d'investissement ?

- Oui, à moins de 3 mois 27,71 %
- Oui, à moins de 6 mois 24,58 %
- Oui, à plus de 6 mois 18,33 %
- Oui mais ne connais pas la date 20,75 %
- Non, uniquement visiter le salon 8,63 %

Votre visite vous a-t-elle permis de rassembler les informations nécessaires à la réalisation de ces projets ?

- Oui 25,73 %
- Plutôt oui 43,75 %

Si votre emploi du temps vous le permet, pensez-vous visiter Online en 2006 ?

- Oui 81,88 %

Contacts



INFOPROMOTIONS
LES SALONS SOLUTIONS

Organisateur
 INFOPROMOTIONS
 97, rue du Cherche Midi
 75006 Paris
 www.groupesolutions.fr
 tél. : +33 1 44 39 85 00
 fax : +33 1 45 44 30 40

Commissaire Général
 Denis Roux
 d.roux@infopromotions.fr
 tél. : +33 1 44 39 85 21
 fax : +33 1 44 39 85 37

www.online-2006.fr

online