

SÉMINAIRE : L'E-COMMERCE... A LA PORTEE DES PME et PMI !

17 et 18 mai 2006
CNIT Paris la Défense

Avec :

- ipsopresto.com
- FRANCE LOISIRS
- DIVAO
- CHRONORESTO
- ATABLE
- AGENCE BRUNE
- AD42
- WYSISTAT
- MIVA
- EVALIMAGE
- AGENCE POLE NORD
- CASHSTORE.FR
- CCIP
- POWERBOUTIQUE
- DEVOTEAM
- Cabinet Alain BENSOUSSAN
- ARSEO
- BIZ N CASH
- INTERSHOP
- ...

Comment mettre en place un site marchand pour les PME et PMI et assurer sa gestion et son succès

**2 journées de formation
et d'échanges**

- *La vente en ligne pour les PME et PMI :
les clefs du succès !*
- *Communiquer en ligne pour un site visible
et visité !*
- *Méthodologie de création et de gestion
d'un site marchand*
- *La sécurité avant tout !*

*Un programme qui vous révèle en deux jours les
clefs du succès d'un site marchand, du projet à sa
mise en place opérationnelle : financement,
méthodologie, stratégie, communication, sécurité,
analyses et retour sur investissements...*

Infopromotions est déclaré organisme de formation.

Organisé par



Sponsor :



Avec :



CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE PARIS

Mercredi 17 mai 2006 de 9h00 à 18h15

8h45 - 9h00 - Accueil des participants - café d'accueil

9h00 - 12h30

La vente en ligne pour les PME : les clefs du succès !

Matinée animée par Michel KOCH

Réussir son site Web : le plus complexe est de faire simple

Au travers d'exemples concrets, nous suivrons le chemin, semé d'embûches, qui conduit de la volonté de créer un site de e-commerce à sa mise en ligne. Nous croiserons une Direction Générale hésitante sur l'objectif à assigner à son site, une direction marketing qui n'arrive pas à discuter avec la direction informatique (et réciproquement) et une direction financière anxieuse des investissements à consacrer au projet. Nous parlerons de ce site e-commerce sur lequel tout le monde a donné son avis à l'exception du client. Mais pas de panique, nous verrons que ce n'est pas si difficile de réussir un site de e-commerce. Il faut juste accepter

d'être "simple stupid" comme disent les anglais !

Pierre-Olivier BRIAL - Président - ipsopresto.com

Quelle stratégie pour réussir son approche multi-canal ?

Leader mondial des clubs de livres, le Groupe Bertelsmann décide en 1998 de développer des plateformes Internet pour compléter l'arsenal des canaux VPC du célèbre libraire. Pionnier du marketing direct, France Loisirs a su adapter les meilleures pratiques du offline au online. Depuis, l'activité e-commerce a fait son chemin et plus de 30% du CA de la VPC se fait à présent via Internet.

M. TENNSTEDT - Directeur de France Loisirs Interactive - FRANCE LOISIRS

VPC personnalisée via internet : les clés de la réussite

La société Divao (www.divao.com) développe un concept original de VPC : le T-Shirt personnalisé. Ici, l'internet apporte une valeur ajoutée complémentaire du fait de son interactivité avec le client. Quelles ont été les grandes étapes du développement de la société et face à quels obstacles concrets la société a-t-elle du faire face. Parcours d'un entrepreneur du net.

Charles-Edouard GIRARD - Fondateur et Directeur Général - DIVAO

Comment faire évoluer sa stratégie e-commerce dans l'univers en perpétuelle évolution d'internet.

Pionnière de l'internet avec la création de plusieurs entreprises de conseil et webservices, Marie-Anne CANTO -DUNSTON présentera la chronique d'une histoire à succès, qui part d'une bonne idée pour le grand public (restauration à domicile) et débouche sur un concept click & mortar totalement novateur en B-to-B

Marie-Anne CANTO-DUNSTON - Directrice Marketing - CHRONORESTO - ATABLE

12h45 - 14h00 - Déjeuner

online 2006

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

profitez de la pause déjeuner pour visiter le salon et rencontrer plus de 60 exposants

www.online-2006.fr
Pré-enregistrez-vous gratuitement

14h00 - 18h00

Communiquer en ligne pour un site visible et visité !

Après-midi animée par Geneviève PETIT

La publicité des sites Web : la folie des années 2000. Le retour à une communication promotionnelle. Mais l'apparition en 2005 de campagnes d'image chez des acteurs comme voyages-sncf.com.

Dans les années "bulle", les sites Web se construisaient leur notoriété à grand renfort d'affiches et de campagnes audiovisuelles. L'éclatement de la bulle a renvoyé les acteurs à leurs médias : ils communiquent aujourd'hui essentiellement sur internet, auprès de leur cible, les internautes. Mais la campagne Transatlantys de voyages-sncf a inauguré une nouvelle ère : le premier marchand du net a mené avec ce canular d'une campagne d'image...

Bruno LACOSTE - Président Directeur Général - AGENCE BRUNE

Les 42 meilleures façons de réussir ou rater sa communication en ligne !

Un panorama de la communication en ligne à travers l'expérience de l'intervenant et des cas concrets vus sur le web : publicité, affiliation, référencement, mailing, blog, mesure d'efficacité, etc

Laurent BAZET - Président Directeur Général - AD42

Mesure de la performance de vos outils Online

Internet permet de mesurer la performance des outils Online mis en oeuvre (site Internet, campagne publicitaire, Newsletter, ...).

Les technologies et les solutions vous apportent de nombreux éléments pour affiner vos prises de décisions et optimiser vos actions marketing OnLine.

Les nombreuses questions (Quels sont les sources de profitabilités ? Quel est le taux de fidélisation ? Comment optimiser mes investissements ?) sont autant d'interrogations qui trouvent aujourd'hui des réponses simples grâce aux solutions du marché actuel

Laurent PATUREAU - Directeur et Fondateur - WYSISTAT

La connaissance des Internautes et des techniques de référencement préside à la visibilité et au développement de votre site Web

Le référencement naturel est un moyen efficace pour assurer sa visibilité en ligne sur le long terme mais nécessite de comprendre le mode de fonctionnement des moteurs de recherche. Comment s'assurer d'un référencement efficace sur les principaux moteurs ? Quelles sont les étapes nécessaires à la construction d'un site web visible sur les moteurs ? Les « trucs et astuces » ? Le référencement payant ou le Marketing à la Performance, mode d'emploi. Le Marketing à la Performance permet de mener des actions stratégiques ponctuelles et événementielles en vue d'une visibilité accrue et immédiate. Quel est le mode de fonctionnement des liens sponsorisés ? Quelles sont les règles de base pour s'assurer d'un Retour sur Investissement à la hauteur de vos attentes ?

Stéphane FOURNIS - Directeur Marketing - MIVA

Analyser la notoriété et la perception de sa marque sur Internet.

La marque est un capital stratégique de développement pour les entreprises. Et Internet constitue à la fois un terrain de conquête pour les marques, une mine d'information pour les internautes mais également un espace d'expression pour les consommateurs et les professionnels. Nous verrons quels sont les enjeux de la veille d'image sur le Net, quels sont les moyens d'analyse et comment on peut tirer profit du contenu Web et de nouveaux outils pour comprendre, anticiper et optimiser sa stratégie de marque.

Alain GARNIER - Fondateur - EVALIMAGE

18h15 - Fin de Journée

Jeudi 18 mai 2006 de 9h00 à 18h15

8h45 - 9h00 - Accueil des participants - café d'accueil

9h00 - 12h30

Méthodologie de création et de gestion d'un site marchand

Matinée animée par Catherine BARBA

Créer et gérer un site marchand : les étapes clés et les pièges à éviter.

L'agence Pole Nord fait partie des meilleurs spécialistes de création et animation marketing - commerciale de sites marchands. Avec Music & Film, Travelocity, et de nombreuses références prestigieuses, on ne compte plus les expériences de création ou de refonte de sites marchands de premier plan à l'actif de l'agence, qui gère également les problématiques de marketing et de communication online. A l'aide d'exemples concrets, un panorama complet des meilleures pratiques et méthodes de création et gestion d'un projet de site marchand.

Raphaël ZIER - Fondateur - AGENCE POLE NORD

Politique commerciale, lien relationnel, notoriété et marque, partenariats, affiliation... Les bonnes idées à prendre !

Panorama des PME partenaires de CashStore.fr : répartition par secteurs d'activité, ancienneté, taille... Les bonnes idées à prendre (en termes d'ergonomie du site, travail sur la marque et sa notoriété, référencement, campagnes de recrutement, partenariats, politique commerciale, lien relationnel ...tout ce qui peut avoir un impact positif sur le volume de ventes). Les erreurs à éviter

Catherine BARBA - Fondatrice et Présidente - CASHSTORE.FR

Retour d'expérience : la boutique en ligne et le système de paiement de la CCIP.

Cette Boutique vise les entreprises et certains particuliers (élèves, apprentis et étudiants d'une part, créateurs/repreneurs d'entreprise d'autre part). La création de ce site a avant tout mis en avant des problématiques relevant du domaine : marketing (quelle offre produits/services, quels catalogues, comment présenter cette offre, quelles cibles géographiques : France, Europe, Monde ...), organisationnel (qui met à jour, qui livre, à quel coût...), fiscal et juridique (conditions générales de ventes, mentions légales). Les aspects techniques sont apparus comme étant secondaires. La création d'un site de ce type soulève surtout des problèmes de marketing (acceptation et accoutumance) et de promotion, ainsi que, en interne, de communication et de conviction. Au cours de cette conférence G. Fischer témoignera de son expérience dans ce domaine et de la méthodologie suivie par la CCIP pour la mise en oeuvre d'un tel projet, ainsi que des résultats obtenus et des enseignements tirés.

Georges FISHER - Directeur des Technologies de l'Information et du Commerce Electronique - CCIP

Les étapes du projet e-commerce et les conseils pratiques.

A travers l'expérience de centaines de sites e-commerce PME depuis 2001, Stéphane Escoffier analysera les conditions opérationnelles, organisationnelles et budgétaires de la réussite d'un site marchand PME. Seront étudiés les critères impératifs à anticiper dès la conception, le dimensionnement du projet et des exemples concrets d'erreurs à éviter.

Stéphane ESCOFFIER - Co-fondateur & Directeur marketing - POWER-BOUTIQUE (DOYOUISOFT)

12h45 - 14h00 - Déjeuner

online 2006

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

profitez de la pause déjeuner pour visiter le salon et rencontrer plus de 60 exposants

www.online-2006.fr
Pré-enregistrez-vous gratuitement

14h00 - 18h00

La sécurité avant tout !

Après-midi animée par Geneviève PETIT

La problématique des noms de domaines telle qu'elle se pose aux entreprises souhaitant protéger leur nom, leurs marques ou le noms de leurs produits, sur l'Internet, avec un éclairage France, Europe et monde.

Historique et présentation de l'organisation des noms de domaines sur Internet - Menaces et risques: Cyber-squatting, typo-squatting et autres malveillances - Le dépôt de nom de domaines en France (.FR), et bilan de la libéralisation du 11 mai 2004 - Le dépôt de nom de domaines dans les pays de la communauté Européenne - État d'avancement de l'ouverture au 7 décembre 2005 du domaine Europe (.EU) - Les autorités de médiations et d'arbitrage aux niveaux français et internationaux en cas de conflit - Procédure à suivre pour déposer un nom de domaine, et surveillance à effectuer.

Olivier CALEFF - Directeur Technique Sécurité - DEVOTEAM

Les grands questions juridiques liées à la sécurité d'un site de e-commerce.

L'obligation de la déclaration du site à la CNIL.

Le cadre juridique de l'e-mailing.

L'obligation de sécurité du responsable du traitement que constitue le site.

Les logs à conserver et la durée de cette conservation.

Les principales infractions autour de l'intrusion et les réflexes à avoir au plan juridique en cas d'attaque.

Eric BARBRY - Avocat - Cabinet Alain BENSOUSSAN

E-mailing : comment ne pas être hors la loi.

Sécurité applicative : impacts d'une intrusion sur un site e-commerce.

E-mailing : la sécurité sera abordée principalement du point de vue de l'émetteur qui doit s'assurer que les mails sont émis et reçus dans de bonnes conditions : vérification redondante des mails émis, utilisation d'outils logiciels et application de procédures d'envoi, traitement des retours et des destinataires en erreur, respect de la loi (opt-in, opt-out et désabonnement en particulier). Seront également abordés les risques de spam et de phishing, avec un éclairage particulier sur les solutions permettant d'en limiter les effets. Sécurité applicative : les vulnérabilités généralement observées sur les sites commerciaux, les conditions dans lesquelles ces failles sont exploitées ainsi que les impacts induits pour l'Entreprise (vol ou modification d'informations par exemple)

Jean-Claude TAPIA - Directeur - ARSEO

Les vrais risques de la carte bancaire et leurs remèdes. Les alternatives à la CB sur Internet.

Il y a aujourd'hui un consensus pour dire que les consommateurs sont bien protégés dans le cadre du paiement sur Internet par carte bancaire. Il n'en va pas de même pour le commerçant, qui assume tous les risques d'impayés, puisqu'il doit rembourser la banque en cas de contestation par l'acheteur. Quels sont ces risques, comment peut-on évaluer leur poids économique et quelles sont les mesures à prendre ? Quels moyens mettre en oeuvre pour une meilleure sécurité des transactions et quelles alternatives pour les sites de e-commerce ?

Mathilde LENOIR - Gérante - BIZ N CASH

La sécurisation de vos échanges et actions en ligne : place de marché, catalogue, identification, transactions, produits...

La sécurisation de vos échanges e-commerce (B2B, B2C, places de marché, e-procurement, B2E, C2C,...) avec une solution gérant toutes les failles potentielles (connexion, cryptage, certificats, gestion des ports, base de données, ...) : ENFINITY d'INTERSHOP.

Témoignage Client : GEMPLUS (La sécurité, un état d'esprit de l'entreprise)
Jean Claude NOGUES - Directeur France - INTERSHOP

18h15 - Fin de Journée

BULLETIN D'INSCRIPTION

SÉMINAIRE : L'E-COMMERCE... A LA PORTEE DES PME et PMI !

A PHOTOCOPIER ET A RENVOYER ACCOMPAGNÉ DE VOTRE REGLEMENT A :

INFOPROMOTIONS - 97, rue du Cherche-Midi 75006 Paris - Fax : 01 44 39 85 37

Vos coordonnées :

M. Mme Mlle
Nom Prénom
Société
Adresse
CP Ville
Tél Fax
E-mail
Fonction
Service
Activité Effectif
Code NAF [.....]

Personne à contacter pour toute information concernant votre stage :

Adresse de facturation (si différente de celle indiquée ci-dessus) :

Nom/prénom :
Adresse :
Tél : Fax :

Oui Je choisis de m'inscrire :

	Prix (HT) (Pour 1 inscription)	TVA	Prix (TTC)
<input type="checkbox"/> aux 2 journées de séminaire les 17 et 18 mai	1 254,18 €	245,82 €	1 500 €
<input type="checkbox"/> à la journée du 17/05 <input type="checkbox"/> ou à celle du 18/05	752,51 €	147,49 €	900 €

Les prix comprennent les pauses café + un déjeuner par personne et par jour + les supports de cours remis aux participants.

Pour toute inscription avant le 14/04 je bénéficie d'une réduction de 20% (réduction non cumulable)

Pour toute deuxième inscription, je bénéficie d'une réduction de 20 % (réduction non cumulable)

Vous souhaitez connaître nos tarifs de groupe ?

Contactez nous au 01 44 39 85 21 ou par mail : d.roux@infopromotions.fr

Je règle par chèque bancaire à l'ordre d'INFOPROMOTIONS
 Je règle par carte bancaire Visa Eurocard Mastercard Amex

N° [.....] Date d'expiration [.....]

Nom du titulaire

Cachet :

Montant du débit accepté € TTC

Date2006

Signature du titulaire :

Règlement :

Chaque inscription est nominative. Si plusieurs personnes de la même société désirent participer, il suffit de nous renvoyer pour chaque personne une photocopie dûment remplie du bulletin. L'accès aux salles de conférences n'est possible qu'après paiement des inscriptions.

Une facture acquittée vous sera adressée dès réception de votre formulaire.

Les informations que vous nous fournissez volontairement sur ce formulaire, en conformité avec la loi Informatique et liberté de 1978, sont nécessaires pour que Groupe Solutions puisse traiter votre inscription et vous adresser des informations concernant ses salons et manifestations. Vous pouvez à tout moment accéder à ces informations, en demandant la rectification ou exercer votre droit d'opposition. Pour ce faire, adressez-vous à Groupe Solutions, Département Fichier, 97 rue du Cherche-Midi, 75006 Paris, ou à r.chavanne@infopromotions.fr. Par l'intermédiaire de Groupe Solutions, vous pouvez être amené à recevoir des messages informatifs ou commerciaux de partenaires.

Si vous ne le souhaitez pas, merci de cocher la case ci-après :

Inscription :

Nous sommes déclarés organisme de formation.

Si vous souhaitez une facture valant Convention de Formation Professionnelle dès réception de votre inscription, cochez la case suivante :

A l'issue de la formation, vous recevrez une attestation de présence.

Annulation :

Toute Annulation ou report doit nous parvenir impérativement par écrit.

- vous annulez ou reportez plus de 15 jours avant la date du stage, des frais de dossier d'un montant de 145 Euros TTC vous seront retenus

- vous annulez ou reportez moins de 15 jours avant la date du stage, la totalité du montant du stage restera due

- vous pouvez vous faire remplacer à tout moment, en nous communiquant par écrit les noms et coordonnées du remplaçant

Infopromotions se réserve le droit de modifier le programme si malgré tous ses efforts, les circonstances l'y obligent.

CNIT
PARIS LA DÉFENSE

Métro : Ligne 1, station
Grande Arche de la Défense

RER : Ligne A station La
Défense, accès Parvis/Sortie B

Bus : Lignes 73, 141 A, 141 B,
144, 158, 159, 161, 174, 178,
258, 344, 360, 378.

