

UNE CONFÉRENCE

e-commerce
Le magazine

TENDANCES E-COMMERCE

2^e ÉDITION

**CROSS CANAL, M-COMMERCE, LOGISTIQUE,
LES STRATÉGIES GAGNANTES
DU E-COMMERCE EN 2013**



Paris

Judi 6 juin 2013

conferences.ecommercemag.fr

En partenariat avec :

CHRONOPOST
INTERNATIONAL®

IBM

ÉDITO

En 2013, le commerce mobile occupera sans surprise, une place toujours plus importante. Longtemps anecdotique, ce canal de vente devrait en effet représenter 7 % de l'e-commerce à l'horizon 2015, soit un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros en valeur et une proportion de 0,4 % de la consommation des ménages (source étude Xerfi-Precepta).

C'est dans cette perspective, que les acteurs du e-commerce ont donné un coup d'accélérateur à leur stratégie m-commerce. Une manière de souligner à quel point, à l'heure du « tous connectés », une marque ou un site ne peuvent plus s'affranchir d'investir ces nouveaux territoires.

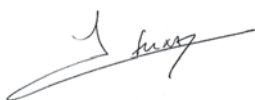
Pour vous aider à appréhender ces évolutions, la rédaction d'*E-commerce Le Magazine* organise la deuxième édition de la conférence TENDANCES E-COMMERCE.

Cette journée vous permettra de faire un état des lieux du formidable potentiel que revêt le commerce en ligne dans sa globalité, d'évaluer l'opportunité des places de marché comme relais de croissance, mais aussi d'intégrer le cross canal et une logistique sans faille, dans une logique de fidélisation optimale.

Cette conférence sera également l'occasion de faire le point sur l'harmonisation des législations européennes, en pleine structuration.

Enfin, vous découvrirez en avant première, les résultats du deuxième top 100 des e-commerçants français, un classement pour le moins emblématique de la vitalité du secteur.

Rendez-vous le 6 juin prochain 2013, pour faire le point sur les stratégies vous permettant de « booster » votre activité e-commerce !



Martine FUXA,
Rédactrice en chef
E-commerce Le magazine



PUBLIC CONCERNÉ

- Directeur général,
- Directeur e-commerce / e-business / de site Internet,
- Directeur marketing, e-marketing, Web marketing,
- Directeur de la communication, e-communication,

Et toute personne concernée par l'univers du e-commerce.

LES POINTS FORTS

- Une journée élaborée et animée par la rédaction d'*E-commerce Le Magazine*
- Une conférence pour :
 - Appréhender les nouveaux enjeux de l'e-commerce,
 - Identifier les outils indispensables à la croissance de votre business,
 - Décrypter les tendances et bonnes pratiques,
 - Échanger sur des problématiques communes et networker entre professionnels du secteur.
- Des tables rondes et des keynotes prospectives faisant interagir des experts reconnus.

INFORMATIONS PRATIQUES

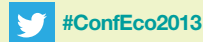
Renseignements et inscriptions :

ÉDITIALIS
Tendances E-commerce 2013
160 bis, rue de Paris
92645 Boulogne Billancourt Cedex
Carine PICHANT
01 46 99 97 79
conference@editialis.fr

La conférence se déroule à Paris.

Le lieu exact vous sera communiqué au moment de votre inscription.

Découvrez l'ensemble du programme sur :
conferences.ecommercemag.fr



Partenaires médias :



TENDANCES E-COMMERCE

CROSS CANAL, M-COMMERCE, LOGISTIQUE, LES STRATÉGIES GAGNANTES DU E-COMMERCE EN 2013

8h30

Accueil des participants

9h00 / 9h30

Palmarès

Les attentes des e-marchands. Résultats qualitatifs issus d'une étude réalisée dans le cadre du palmarès du top 100 des sites marchands français 2013.

Réalisé par l'institut d'études et de sondages indépendant Ginger, pour *E-commerce Le Magazine*

Valérie ALASLUQUETAS,

Directrice générale, **GINGER**

Interviewée par **Martine FUXA,**
Rédactrice en chef, **E-COMMERCE LE MAGAZINE**

9h30 / 10h15

Note juridique

Directive européenne e-commerce et projet de loi Hamon : de nouvelles règles pour les e-marchands.

Benoit Hamon avait annoncé qu'il présenterait début 2013, son projet sur la loi visant à renforcer les droits des consommateurs, tout en favorisant l'innovation et la concurrence.

C'est chose faite. Présentations des principales modifications apportées par ce projet avec une mise en perspective des impacts sur les processus de vente.

Céline AVIGNON,

Avocat - Directeur du département publicité et marketing électronique,

CABINET ALAIN BENSOUSSAN

10h15 / 10h45

Pause et networking

10h45 / 11h45

Table ronde

Cross canal et e-commerce : les outils d'une stratégie de fidélisation efficace.

Web, téléphone, applications mobiles, réseaux sociaux, centres d'appels mais aussi points de vente physiques... les points de contacts clients sont aujourd'hui multiples. Dans cette dimension cross canal, l'enjeu est à présent de leur offrir une expérience d'achat, personnalisée mais aussi centrée sur leurs besoins et leurs attentes.

Comment jouer la complémentarité entre les canaux ? Quels sont les moyens d'accroître vos revenus et la notoriété de votre marque ?

Animée par **Martine FUXA,**
Rédactrice en chef, **E-COMMERCE LE MAGAZINE**

Pascale GRABOWSKI,

Multichannel & e-commerce sales leader,
IBM FRANCE

Russell HARTE,

Head of multichannel development & delivery, **DFS**

Félix HASSINE,

CEO, **TECHNOLOGY EVERYWHERE**

Marie-Axelle LOUSTALOT-FOREST,

Associée, **KURT SALMON**

Neil STEWART,

Président-directeur général, **SALMON**

11h45 / 12h45

Table ronde

Livraison : quels services déployer pour répondre aux attentes de vos clients ?

À domicile, sur rendez-vous ou en points relais... à toutes les étapes et quels que soient les moyens

employés, le processus de livraison d'une commande s'avère décisif pour la satisfaction client. Pour être en phase avec une clientèle dont les attentes sont toujours plus pointues, la marque se doit d'être encore plus réactive et flexible en misant sur la différenciation. Un avantage concurrentiel indispensable pour gagner du terrain, nécessitant le choix d'un prestataire judicieux. Démonstration.

Animée par **Martine FUXA**,
Rédactrice en chef, **E-COMMERCE LE MAGAZINE**

Alexandre BARON,
Directeur logistique et service client, **BRANDALLEY**

Fabien ESNOULT, Cofondateur, **COLIZEN**

Delphine MALLET,
Directrice commerciale, marketing et communication,
CHRONOPOST

12h45

Déjeuner et networking

14h30 / 15h15

Table ronde

Places de marché: comment en faire un relais de croissance ?

Canal de prospection et de distribution idéal pour pénétrer un nouveau marché, les places de marché ont aujourd'hui le vent en poupe. Et pour cause de nombreux sites marchands disposent désormais de leur propre market place. Comment appréhender ce service pour une marque cross canal équipée d'un site marchand ? Faut-il nécessairement se lancer dans l'aventure market place ? Dans ce cas, comment la choisir et à qui faire appel ? Mais surtout comment en faire un véritable outil de croissance ?

Animée par **Olivier SAUVAGE**,
Fondateur / Directeur, **WEXPERIENCE**

Olivier MATHIOT,
Directeur marketing et communication,
PRICEMINISTER.COM

Céline SAADA-BENABEN,
Directrice du développement commercial, **EBAY**

Panorama des market places en France et en Europe et retours d'expériences.
Présenté par **Greg ZEMOR**,
Directeur marketing, **NETEVEN**

15h15 / 16h30

Table ronde

E-commerce, le « pricing » levier stratégique de rentabilité.

Si le marché de l'e-commerce a démocratisé une politique de « petit prix », dans un contexte ultra-concurrentiel, l'optimisation du « pricing » n'en demeure pas moins déterminante pour accompagner une stratégie de croissance et de rentabilité. Quelles sont les pratiques, processus et outils existants pour optimiser une stratégie de prix ? Le point sur les méthodes et usages d'un « pricing » performant.

Animée par **David VIDAL**,
Partner, **SIMON-KUCHER & PARTNERS**

Bruno HÉTIER,
Directeur marketing, **ALLOPNEUS.COM**

16h30 / 17h00

Pause et networking

17h00 / 17h45

Table ronde

Le m-commerce: canal de vente en pleine métamorphose

En 2012, le m-commerce a continué à se structurer et la majorité des poids lourds du e-commerce ont intégré ce canal de vente, crucial pour la croissance de leur activité. Pour preuve, le montant des ventes réalisées par le m-commerce en France, est estimé à plus d'un milliard d'euros en 2012 (Source FEVAD). Réussir à émerger face à une concurrence accrue, est à présent l'un des objectifs majeurs. Pour y parvenir plusieurs questions se posent : comment jouer la complémentarité du web traditionnel avec le mobile ? Comment se différencier de ses concurrents sur les plateformes mobiles ? Comment réussir à arbitrer entre site mobile et application, sans perdre de vue la qualité de l'expérience utilisateur ?

Animée par **Christophe LÉON**,
Président, **PURE AGENCY**

Vincent AZNAVOUR,
Digital project manager Emea online,
DISNEYLAND PARIS

Antoine JOUTEAU,
Directeur général adjoint, **LEBONCOIN.FR**

Pascal LANNOO,
Directeur business mobile France,
VOYAGES-SNCF.COM

18h00

Fin de la conférence

ANIMATEURS ET INTERVENANTS



Valérie ALASLUQUETAS,
Directrice générale,
GINGER



Pascal LANNOO,
Directeur business mobile France,
VOYAGES-SNCF.COM



Céline AVIGNON,
Avocat - Directeur du département
publicité et marketing électronique,
CABINET ALAIN BENSOUSSAN



Christophe LÉON,
Président,
PURE AGENCY



Vincent AZNAVOUR,
Digital project manager Emea online,
DISNEYLAND PARIS



Marie-Axelle LOUSTALOT-FOREST,
Associée,
KURT SALMON



Alexandre BARON,
Directeur logistique et service client,
BRANDALLEY



Delphine MALLET,
Directrice commerciale,
marketing et communication,
CHRONOPOST



Fabien ESNOULT,
Cofondateur,
COLIZEN



Olivier MATHIOT,
Directeur marketing et communication,
PRICEMINISTER.COM



Pascale GRABOWSKI,
Multichannel & e-commerce sales leader,
IBM FRANCE



Céline SAADA-BENABEN,
Directrice du développement commercial,
EBAY



Russell HARTE,
Head of multichannel
development & delivery,
DFS



Olivier SAUVAGE,
Fondateur / Directeur,
WEXPERIENCE



Félix HASSINE,
CEO,
TECHNOLOGY EVERYWHERE



Neil STEWART,
Président-directeur général,
SALMON



Bruno HÉTIER,
Directeur marketing,
ALLOPNEUS.COM



David VIDAL,
Partner,
SIMON-KUCHER & PARTNERS



Antoine JOUTEAU,
Directeur général adjoint,
LEBONCOIN.FR



Greg ZEMOR,
Directeur marketing,
NETEVEN

CROSS CANAL, M-COMMERCE, LOGISTIQUE, LES STRATÉGIES GAGNANTES DU E-COMMERCE EN 2013



OUI, je souhaite m'inscrire à la conférence du 6 juin 2013

Frais d'inscription par participant :

995 € HT (soit 1190,02 € TTC par personne)

Participant :

Nom :

Prénom :

Fonction :

Tél. :

Fax :

E-mail :

Société :

Raison sociale :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Secteur d'activité (code NAF) :

Nombre de salariés :

0 à 9 10 à 49 50 à 199 200 à 499 + de 500

Le soussigné accepte les conditions d'inscription

Date :

Signature et cachet de l'entreprise :

Coordonnées de facturation (si différentes) site

Société :

Nom :

Prénom :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Ci-joint mon règlement de :

..... € TTC (TVA 19,6 %).

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Conditions d'inscription

Dès réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une convocation et une convention, ainsi qu'une facture.

Toute admission est soumise à un règlement préalable avant le jour de la conférence.

Moyens de paiement

- Par chèque à l'ordre d'Éditialis - 160 bis, rue de Paris - 92645 Boulogne-Billancourt Cedex

- Par virement bancaire (joindre l'ordre de virement) à Caisse d'Épargne d'Île-de-France, compte n°17515 90000 0800 1089759 69

Merci de préciser le titre de la conférence et le nom du participant.

Inscriptions multiples

2 personnes : - 10% sur la seconde inscription

3 personnes et plus : nous consulter au 01 46 99 97 79 ou conference@editialis.fr

Pour vous inscrire, photocopiez ce formulaire.

Lieu de la conférence

La conférence se déroule à Paris.

Le lieu exact vous sera communiqué au moment de votre inscription.

Conditions d'annulation

Toute annulation doit nous parvenir par écrit. Pour toute annulation reçue au plus tard 15 jours calendaires avant la date de la conférence, 100€ HT de frais de dossier seront retenus.

Pour toute annulation survenant entre 15 jours et le début de la conférence, les frais d'inscription seront dus en totalité. Ces conditions sont également valables pour toute personne absente le jour de la conférence et non remplacée.

Le participant peut se faire remplacer par une personne de la même entreprise sans frais.

Report et modification

Les organisateurs se réservent le droit de reporter la manifestation, de modifier le lieu de son déroulement ou le contenu de son programme si, malgré tous leurs efforts, des circonstances indépendantes de leur volonté les y obligent. Les informations qui vous sont demandées sont nécessaires pour que votre inscription puisse être traitée par nos services.

Conformément à la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'opposition, d'accès, de modification et de suppression des données vous concernant. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés.