

Banques sur Internet

Nouveaux modèles, nouvelles concurrences

4 formations associées

Benchmark Group, Boulogne-Billancourt

le 8 mars 2010

Ecrire pour le Web : spécial
banque et assurance

les 10 - 11 mars 2010

Sites bancaires : l'ergonomie
pour faire la différence

le 24 mars 2010

Analyser et optimiser son taux
de conversion

les 12 - 13 avril 2010

Applications et sites mobiles
performants

Avec le concours de :



Programme du Forum

8 h 30 Accueil / Café

9 h 00 **La banque 100 % Web**

Où en sont les usages, comment évoluent les comportements des utilisateurs de banques en ligne ? Pourquoi les clients font-ils le choix de la banque 100 % Web ? Messagerie sécurisée, signature électronique, gestion de patrimoine... Comment s'enrichit l'offre de banque en ligne ? Comment réussir à vendre en ligne des services bancaires ou des produits financiers complexes ?

Avec Pascale Furbeyre (**BforBank**), Frank Desvignes (**BNP Paribas**), Benoit Grisoni (**Boursorama Banque**), Laurence Liouville (**e.LCL**) et Guillaume Gozlan (**Monabanq**)
Table ronde animée par Stéphane Loire, **Benchmark Group**

10 h 00 **Enrichir son offre de banque en ligne : les dernières innovations**

Comment parvenir à une dématérialisation totale de la relation avec ses clients ? Quelles sont les innovations qui facilitent l'autonomie dans la gestion des comptes ou du patrimoine ? Quelles sont les opportunités technologiques pour mieux accompagner le client/prospect dans la souscription en ligne ?

Par François Massemin, **Adobe Systems France**

10 h 30 Pause / Café

11 h 00 **Changer de banque : ce que proposent les sites**

Que trouve-t-on sur les sites pour accompagner les internautes dans le changement de banque ? Quels sont les sites les plus attractifs ?

Par Grégory Paget, **Benchmark Group**

11 h 15 **Souscription en ligne, ouverture de compte... Doper son efficacité sur Internet**

Comment avancer dans la dématérialisation des transactions et des échanges avec ses clients ? Que représentent les souscriptions en ligne ? Quels sont les produits les plus rentables en ligne ? Comment améliorer le taux de conversion sur son site ? Comment bien insérer son offre dans les processus de consommation sur Internet ?

Avec Guy Bordelais (**Axa Banque**), Philippe Pétré (**La Banque Postale**), Charles Linskens (**Cetelem**), Katia Merrien (**Crédit Mutuel Arkéa**) et Christian Gross (**LCL**)
Table ronde animée par Gilles Blanc, **Benchmark Group**

12 h 15 **PayPal : les usages en France**

Plus de 8 millions de français disposent désormais d'un compte PayPal. Paiements en ligne, transferts d'argent entre particuliers, paiement avec son mobile... Quelle est la réalité des usages en France ? Quelles spécificités par rapport aux autres pays ? Quelles sont les ambitions de la marque et les développements prévus ?

Interview de Gimena Diaz, **PayPal**, par Alain Steinmann, **Journal du Net**

12 h 45 Déjeuner

14 h 15 **m-banking : la nouvelle donne**

Nouveaux terminaux, nouveaux usages, nouveaux modèles économiques... L'écosystème du m-banking a considérablement évolué. Quelles sont les attentes des possesseurs de smartphones en matière de m-banking ? Quels sont les meilleurs exemples en France et à l'étranger ? Quelles sont les opportunités pour intensifier les usages et développer ce canal pour la banque ?

Par Frédérique Saint-Denis, **Clear2Pay** et Gilles Blanc, **Benchmark Group**

14 h 45 **Développer une plate-forme m-banking performante**

Quels sont les services déployés sur mobile ? Quels sont les leviers les plus efficaces pour drainer du trafic sur son site ou vers son application ? Comment l'offre de services et de produits va-t-elle s'enrichir au cours des prochains mois ? Comment en faire un levier de fidélisation et de développement commercial efficace ? Doit-on craindre un effet de substitution entre le fixe et le mobile ?

Avec Bruno Boussuge (**BNP Paribas**), Véronique Racoussot (**Crédit Agricole d'Ile de France**) et Katia Merrien (**Crédit Mutuel Arkéa**)

Table ronde animée par Grégory Paget, **Benchmark Group**

15 h 30 **Social banking : les nouveaux comportements**

P2P banking : Les Français sont-ils prêts ? Que pensent-ils de ces services ? e-Réputation : quel est l'impact des avis de consommateurs, de la blogosphère, des forums pour choisir une banque, une société de crédit ? Quelle confiance accordent-ils à cette information ?

Par Marion Dupeyrat, **Benchmark Group**

15 h 45 Pause / Café

16 h 15 **Peer to peer banking**

Le développement des réseaux sociaux modifie profondément la relation entre les marques et les consommateurs. L'univers de la finance est lui aussi impacté. Mint, SmartyPig, Revolution Money... Quels sont les nouveaux acteurs qui ont investi le créneau du « social banking » ? En France ou à l'étranger, quelle est l'activité de ces pionniers ? Quelle place pourraient-ils prendre à moyen terme ?

Par Jean-Christophe Cappelli, **FriendsClear**

17 h 00 **Courtage en ligne : nouveaux acteurs, nouveaux services**

Quelle est la vision des professionnels du courtage sur l'évolution de leur métier en ligne ? Comment se différencier sur un marché très concurrentiel ? Cette activité est-elle toujours une tête de pont pertinente pour développer une offre bancaire ?

Avec Matthijs Aller (**Binckbank**), Gwénaél Moy (**IG Markets**) et Olivier Le Guillou (**Saxo Banque**)

Table ronde animée par Nicolas Garmy, **Benchmark Group**

Le 8 mars 2010

Écrire pour le Web : spécial banque et assurance



Cette formation est animée par **Pascal Maupas**, fondateur de Hypertexte, société spécialisée en écriture web.

1. Sites des banques et assurances : les points clés du contenu
2. Ce que l'écriture web veut dire
3. Comment écrire pour l'internaute
4. Comment rendre "grand public" et attractifs les contenus de la banque et de l'assurance
 - Comment vulgariser ses contenus
 - Les formats éditoriaux les mieux adaptés aux sites de banque et d'assurance
5. Créer des fiches produits attractives et lisibles
6. L'intérêt stratégique de la charte éditoriale

Le 24 mars 2010

Analyser son taux de conversion pour l'optimiser



Cette formation est animée par **Serge Roukine**, fondateur de Post-Clic, cabinet spécialisé dans l'amélioration de la performance des sites web.

1. Maîtriser les fondamentaux de la conversion
 - Les bases de la conversion : convaincre sur le web
 - Le concept clé des incitations à l'action (call to actions)
 - Comprendre les notions d'entonnoir et de tunnels de conversion
 - Psychologie et comportement des internautes
 - Introduction au web analytics
2. Analyser et mesurer ses processus de conversion
 - Configurer les objectifs de conversion sur Google Analytics
 - Configurer les entonnoirs de conversion
 - Analyser les résultats
 - Détecter les problèmes, identifier les pages clés, mesurer les améliorations, segmenter : les pistes d'optimisation

Les 10 et 11 mars 2010

Sites bancaires : l'ergonomie pour faire la différence



Cette formation est animée par **Laure Sauvage**. Elle dirige le pôle conseil audit de sites web de Benchmark Group.

Premier jour : Les bases à connaître

1. Introduction : Les facteurs de succès d'un site Web
2. Le rôle clé de la page d'accueil
3. Mettre ses produits en valeur
 - Faciliter l'accès aux informations produit
 - Concevoir des fiches produits performantes
4. Un outil d'aide à la vente efficace

Deuxième jour : mise en pratique sur votre site

- Etude de la performance de la page d'accueil
- Analyse de l'ergonomie et de l'aisance de la navigation
- Diagnostic du design des pages et des fiches produits
- Qualité de la relation client et interactivité

Les 12 et 13 avril 2010

Applications et sites mobiles performants



Cette formation est animée par **Gilles Blanc**, Directeur d'études au Benchmark Group, spécialiste de l'Internet mobile.

1. Le nouvel écosystème
2. Les règles de la conception d'une application ou d'un site mobile
 - Présentation des différents objectifs marketing
 - Site ou application mobile ?
 - Ergonomie et editing sur mobile : les meilleurs exemples
3. Créer du trafic
 - AppStore, Ovi, Android, AppWorld... Référencer son appli
 - Gagner en visibilité sur l'Internet mobile
4. Monétisation
 - m-commerce, services premiums : les opportunités
 - La convergence Web / Mobile

Inscription

Cocher les événements choisis

- | | | |
|--------------------------|---|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | Forum Banques sur Internet
Le 16 mars 2010 | 890 euros HT (1 064,44 euros TTC) |
| <input type="checkbox"/> | Formation Ecrire pour le Web (banque)
Le 8 mars 2010 | 890 euros HT (1 064,44 euros TTC) |
| <input type="checkbox"/> | Formation Ergonomie des sites bancaires
Les 10 - 11 mars 2010 | 1 390 euros HT (1 662,44 euros TTC) |
| <input type="checkbox"/> | Formation Taux de conversion
Le 24 mars 2010 | 890 euros HT (1 064,44 euros TTC) |
| <input type="checkbox"/> | Formation Applications mobiles
Les 12 - 13 avril 2010 | 1 490 euros HT (1 782,04 euros TTC) |

Le nombre de places étant limité, nous vous conseillons de vous inscrire le plus tôt possible. Toutes nos formations sont éligibles au titre du DIF (Droit Individuel à la Formation). Réduction de 15% pour toute personne supplémentaire de la même société. Si vous souhaitez vous inscrire à plusieurs sessions, contactez notre service commercial par téléphone au 01 47 79 50 38.

Nom / Prénom

Fonction

Société

Adresse

Code Postal

Ville

Pays

Secteur d'activité

Téléphone

Fax

E-mail

N° de TVA intracommunautaire

Mode de règlement

- Je souhaite recevoir une facture
- Chèque à l'ordre de **Benchmark Group**
- Carte Bancaire : paiement sécurisé sur www.benchmark.fr

Organisme agréé au titre de la formation professionnelle - Numéro d'agrément : 11920933692. Les prix indiqués par participant comprennent la formation, les pauses-café, les déjeuners et les documents pédagogiques. Dès réception de votre inscription, une facture tenant lieu de convention de formation simplifiée vous sera adressée. Une annulation intervenant plus de deux semaines avant le début de la formation ne donne lieu à aucune facturation. Une annulation intervenant entre une et deux semaines avant le début de la formation donne lieu à une facturation égale à 50 % du montant global. Une annulation intervenant moins d'une semaine avant le début de la formation donne lieu à une facturation du montant intégral. Dans ce cas, le participant peut se faire remplacer par une personne appartenant à la même entreprise. Conformément à l'article 27 de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978, vous avez un droit d'accès aux données vous concernant. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront être cédées à des sociétés extérieures.

Coupon à retourner accompagné de votre règlement à : Benchmark Group
Service Evénements, 69-71 avenue Pierre Grenier - 92517 Boulogne-Billancourt Cedex
Fax : 01 47 79 50 01 / Tél. : 01 47 79 50 38 / E-mail : evenements@benchmark.fr

Inscription en ligne : www.benchmark.fr/forum/banques2010

Nouveaux modèles, nouvelles concurrences



Par Gilles Blanc
Benchmark Group

Avec le niveau d'expertise des internautes qui ne cesse de progresser, les usages s'intensifient et se complexifient. Les banques en profitent pour élargir leur offre en ligne et fournir toujours plus de services. En l'espace de seulement quelques années, le Web s'est imposé comme le nouveau pivot

de la relation entre la banque et le client. Par ailleurs, le Web favorise l'émergence de nouveaux acteurs et de nouveaux modèles ("social banking", nouveaux moyens de paiement...). Plus que jamais l'univers bancaire doit prendre en compte les évolutions du Web.

Comment s'enrichit l'offre de banque en ligne ? Comment réussir à vendre en ligne des services bancaires ou des produits financiers complexes ? Que représentent les souscriptions en ligne ? Quelles sont les innovations qui facilitent l'autonomie des clients dans la gestion de leur compte et de leur patrimoine ? m-banking : quels sont les meilleurs exemples ? Comment intensifier les usages et développer ce canal pour la banque ? Social banking, e-réputation, P2P banking... Quelle est l'opinion des consommateurs sur ces nouveaux modèles ? Comment évolue l'offre de courtage en ligne ?

Les professionnels et experts du secteur bancaire et financier partageront leur expérience et leurs conseils au cours de cette nouvelle édition du forum Benchmark Group "Banques sur Internet".

Les intervenants du Forum Benchmark

Guy Bordelais, **Axa Banque**
Pascale Furbeyre, **BforBank**
Matthijs Aller, **Binckbank**
Bruno Bousuge, **BNP Paribas**
Frank Desvignes, **BNP Paribas**
Benoit Grisoni, **Boursorama Banque**
Charles Linskens, **Cetelem**
Véronique Racoussot, **Crédit Agricole IDF**
Katia Merrien, **Crédit Mutuel Arkéa**
Laurence Liouville, **e.LCL**
Jean-Christophe Cappelli, **FriendsClear**
Gwénaél Moy, **IG Markets**
Philippe Pétré, **La Banque Postale**
Christian Gross, **LCL**
Guillaume Gozlan, **Monabanq**
Gimena Diaz, **PayPal**
Olivier Le Guillou, **Saxo Banque**

Avec le concours de :



Adobe



Clear2Pay

