

Luxe et Internet

Réseaux, Mobilité, e-Commerce

4 Formations associées

2 - 3 décembre 2010
Luxe : réussir l'ergonomie
de sa boutique en ligne

10 décembre 2010
Bien travailler avec les agences
et prestataires Internet

16 - 17 décembre 2010
Luxe et e-marketing

11 janvier 2011
Promouvoir sa marque
sur les réseaux sociaux



Programme du Forum

8 h 30 Accueil / Café

9 h 00 **Les marques de luxe sur Internet : l'opinion des clients**

Présentation des résultats de l'enquête Benchmark Group sur le comportement et les attentes des consommateurs vis-à-vis des marques de luxe sur Internet

Par Marion Dupeyrat, **Benchmark Group**

9 h 15 **Réussir sa stratégie digitale**

Quelle est la place et le rôle des nouveaux médias dans les dispositifs de communication des acteurs du luxe ? Comment bien intégrer le Web dans le lancement d'un nouveau produit ? Créativité, excellence, rareté, élitisme... Comment transposer efficacement les codes du luxe dans sa campagne web ? Comment y associer les réseaux sociaux ?

Avec Marion Setiey (**Beauté Prestige International**) et Nathalie Lemonnier (**Lemon Think**)

Table ronde animée par Alain Steinmann, **Journal du Net**

10 h 15 **RP 2.0 : Bien communiquer sur les réseaux sociaux et auprès des blogueurs**

Etat des lieux de la présence des marques de luxe sur les réseaux sociaux, business cases et enseignements. Les relations marques / blogueurs : où en est-on ? Le paradoxe du lâcher-prise : comment conserver sa dimension statutaire et entrer de plain-pied dans le marketing de la conversation ?

Par Emmanuel de Saint-Bon, **The Roxane Company**

10 h 45 Pause / Café

11 h 15 **Social marketing et luxe**

Marketing participatif, social CRM...

Comment une marque de luxe peut-elle s'assurer une présence valorisante sur les réseaux sociaux ? Pourquoi certaines marques font-elles le choix de fédérer leur communauté autour de leur propre plate-forme ? Comment la créativité de la communauté peut-elle enrichir celle du directeur artistique ? Ne risque-t-elle pas d'estomper son prestige ?

Avec Joël Palix (**Thierry Mugler**), Antoine Lacroix (**Van Cleef & Arpels**), Franck Sagne (**Moët Hennessy**) et Céline Verleure (**Olfactive Studio**)

Table ronde animée par Stéphane Loire, **Benchmark Group**

12 h 15 Déjeuner

13 h 45 **Applications iPhone : 10 initiatives exemplaires**

Présentation des meilleures pratiques ergonomiques

Par Laure Sauvage, **Benchmark Group**

14 h 15 **Intégrer efficacement le mobile à sa stratégie CRM**

Comment bien immerger les mobinautes dans l'univers de la marque ? Comment faire chic et ludique pour capter de nouvelles cibles à fort potentiel ? Quels services proposer pour les rapprocher de l'acte d'achat ? Comment bien promouvoir ses services mobiles ?

Avec Patricia Saiagh (**Boucheron**) et Frédéric Layani (**Tag Heuer**)

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

14 décembre 2010
Pré Catelan - Paris (Bois de Boulogne)

15 h 00 **Tablettes tactiles : le nouvel écran des marques de luxe**

Le lancement de l'iPad marque le début d'une nouvelle génération de terminaux hybrides entre l'ordinateur et le téléphone mobile. Comment progresse ce nouveau marché en France et à l'international ? Comment profiter des tablettes tactiles pour créer une nouvelle expérience entre la marque et le consommateur ? Identité augmentée, utilisation du gyroscope, animations 3D... Dans quelle mesure les tablettes changent les stratégies de création de contenus et quels sont les nouveaux formats qui émergent ?
Par Gilles Blanc, **Benchmark Group**

15 h 15 **iPad : le retour d'expérience de Lancôme**

Quels sont les objectifs de l'application iPad de Lancôme ? Quelles sont ses spécificités par rapport aux services déployés sur les autres supports ? Comment la tablette permet-elle d'offrir une approche innovante et qualitative à des marques de luxe ? Comment s'est déroulé le projet ? Et quels sont les premiers enseignements ?
Par Julie Thompson, **Lancôme**

15 h 45 Pause / Café

16 h 15 **Les défis de l'e-commerce**

Comment développer un espace de vente en ligne respectueux du prestige de la marque ? Exclusivités, sur-mesure, clubs... Quels services premium mettre en place ? Comment dynamiser le lancement de sa boutique en ligne et en faire un levier d'acquisition ? Comment optimiser les synergies entre le site Internet et les boutiques ? Quels sont les modèles de vente innovants et sélectifs qui pourraient se développer sur mobile ? Avec Bruno Alazard (**Estée Lauder**), Fabrice Paget (**Joillerie Fabergé**), Hassan Saad (**Serge Lutens**) et Xavier Court (**vente-privee.com**)
Table ronde animée par Gilles Blanc, **Benchmark Group**

17 h 00 **Créer de l'expérience client**

Par Patricia Saiagh, **Boucheron**

Avec le concours de :

 **BRAND
ONLINE
COMMERCE**

Le Journal
des FEMMES



Retrouvez le programme complet sur
www.benchmark.fr/forum/luxe



Formations

9h00-17h30 à Boulogne-Billancourt (92)

Les 2 - 3 décembre 2010 **Luxe : réussir l'ergonomie de sa boutique en ligne**



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**
- Introduction : les facteurs de succès d'un site
 - Comment les internautes naviguent-ils ?
 - Le rôle clé de la page d'accueil
 - Faciliter la recherche de produits
 - Réussir ses pages produits
 - Optimiser le processus d'achat en ligne
- Deuxième jour : exercices pratiques**
- 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 de la présentation
 - Qualité de la relation client et interactivité

Les 16 - 17 décembre 2010 **Luxe et e-marketing**



Cette formation est animée par **Nathalie Lemonnier**, fondatrice de Lemon Think, cabinet de conseil spécialisé dans les stratégies digitales et e-commerce dans l'univers du luxe.

- 1. Contexte**
 - Confrontation des valeurs : luxe et Internet
 - Evolution du comportement des clients et des usages
- 2. Site de marque : quelle vocation, quel contenu ?**
- 3. L'extension des médias et des supports : l'impact pour la communication**
 - Campagnes de communication : du référencement au display en passant par les e-RP
 - Ordinateurs, mobiles, tablettes... Les supports et leurs usages, contenus et ergonomie à adapter
 - Comment réussir sa stratégie multicanal
- 4. La distribution en ligne**
 - e-Boutique, enseignes multimarques... Les modèles
 - Offre, prix, services... Les stratégies e-commerce

Le 10 décembre 2010 **Bien travailler avec les agences et prestataires Internet**



Cette formation est animée par **Jean-Marc Buret**, fondateur et directeur de Xeres, société de conseil en marketing interactif de Benchmark Group.

- 1. Le marché des agences et prestataires**
- 2. L'organisation côté client**
 - Les intervenants internes : marketing, achat, SI...
 - Agence vs internalisation
- 3. L'appel d'offres**
 - Pourquoi faire un appel d'offres ?
 - Sélection des agences
 - Cahier des charges, grille d'évaluation
- 4. Budget et rémunération**
- 5. Le pilotage de la relation**
 - Le pilotage opérationnel
 - Mesurer les résultats

Le 11 janvier 2011 **Promouvoir sa marque sur les réseaux sociaux**



Cette formation est animée par **Emmanuel de Saint-Bon**, ex-Directeur Associé de Publicis Dialog et fondateur de The Roxane Company, agence de marketing d'influence.

- 1. L'évolution récente du web : sens et impact**
- 2. Authenticité et proximité : les piliers de l'influence sur les réseaux sociaux**
 - Puissance d'achat & authenticité du discours
 - Storytelling : la communication transformée
 - De l'achat d'espace à la production de contenus
- 3. Marketing via les blogs et les forums**
- 4. Marketing via les réseaux sociaux**
- 5. Le Community Management : la clé de voûte**
 - Comment construire une communauté autour d'une marque
 - La dissémination de contenus
 - Qu'est-ce que le Social Media Optimization ?



Inscription

Cocher la/les formules choisie(s)

- Forum Luxe et Internet** 890 euros HT (1 064,44 euros TTC)
Le 14 décembre 2010
- Formation Réussir l'ergonomie de sa boutique** 1 390 euros HT (1 662,44 euros TTC)
Les 2 - 3 décembre 2010
- Formation Bien travailler avec les agences Internet** 890 euros HT (1 064,44 euros TTC)
Le 10 décembre 2010
- Formation Luxe et e-marketing** 1 490 euros HT (1 782,04 euros TTC)
Les 16 - 17 décembre 2010
- Formation Marques et réseaux sociaux** 890 euros HT (1 064,44 euros TTC)
Le 11 janvier 2011

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 51 08.

Nom / Prénom

Fonction

Société

Adresse

Code Postal

Ville

Pays

Secteur d'activité

Téléphone

Fax

E-mail

Nom du responsable formation

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 51 08 / e-mail : evenements@benchmark.fr

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

Réseaux, Mobilité, e-Commerce



Par Marion Dupeyrat
Benchmark Group

Sites événementiels, campagnes multi-supports, relais sur les réseaux sociaux... Les maisons de luxe ont sensiblement accru leur présence online en multipliant les points de contacts avec leurs clients. Les téléphones mobiles et les tablettes tactiles leur ouvrent par ailleurs de nouvelles opportunités pour valoriser leur image et enrichir leur relation

client. Mais avec l'intensification des stratégies digitales, les marques doivent être vigilantes à ne pas contrarier les valeurs du luxe et désacraliser leur image. En parallèle, le Web est aussi devenu un canal de distribution pour nombre d'entre elles, que ce soit dans leur propre boutique en ligne ou via des distributeurs spécialisés. Ce nouveau canal force les marques à réinventer leur rituel de vente et à faire preuve de créativité pour enrichir l'expérience client online.

Comment dynamiser sa stratégie digitale ? Comment transposer efficacement les codes du luxe dans sa campagne web ? Comment une marque de luxe peut-elle s'assurer une présence efficace et valorisante sur les réseaux sociaux ? En quoi le mobile et les tablettes tactiles peuvent-ils enrichir la relation client ? Comment développer un espace de vente en ligne respectueux du prestige de la marque ?

Pour répondre à ces questions, Benchmark Group réunit de grandes marques de luxe et des experts de renom lors de la 3ème édition du forum "Luxe et Internet". Les professionnels du secteur partageront conseils et retours d'expérience au cours de cette journée.

Les intervenants du Forum Benchmark

Marion Setiey, **Beauté Prestige International**

Patricia Saiagh, **Boucheron**

Bruno Alazard, **Estée Lauder**

Fabrice Paget, **Joaillerie Fabergé**

Julie Thompson, **Lancôme**

Nathalie Lemonnier, **Lemon Think**

Franck Sagne, **Moët Hennessy**

Céline Verleure, **Olfactive Studio**

Hassan Saad, **Serge Lutens**

Frédéric Layani, **Tag Heuer**

Emmanuel de Saint-Bon, **The Roxane Company**

Joël Palix, **Thierry Mugler**

Antoine Lacroix, **Van Cleef & Arpels**

Xavier Court, **vente-privee.com**



Pour plus d'infos
www.pefc.org