

DÉROULEMENT DE LA CONFÉRENCE

8h30 : Accueil des participants

9h00 / 9h45

Le grand témoin

Michel KOCH, E-commerce Director UK & International, **MAPLIN**

Ancien directeur multicanal international **MARKS & SPENCER**

Innovations dans le multicanal, synergies entre les magasins, m-commerce... avec plus de 20 ans d'expérience dans l'e-commerce, Michel KOCH nous livrera sa vision des évolutions du marché et nous exposera les « bonnes pratiques du cross canal » en vigueur au UK.

Interview réalisée par

Martine FUXA,

Rédactrice en chef,

ECOMMERCE

9h45 / 10h30 : Point juridique

Loi Hamon : Ce qu'il vous reste à faire

Afin de renforcer la protection du consommateur, la loi Hamon du 17 mars dernier a modifié certaines dispositions du code de la consommation relatives notamment à la vente à distance (informations obligatoires, période de rétractation, livraison...etc). En cette fin d'année, il vous est proposé de faire un point sur les modifications apportées par cette loi pour vous permettre d'évaluer ce qu'il vous reste à faire dans le cadre d'une démarche de mise en conformité.

Céline AVIGNON,

Avocat Directeur du département publicité en marketing électronique,

CABINET ALAIN BENSOUSSAN

10h30 / 11h00 : Pause et networking

11h00 / 11h45 :

Le paiement à l'heure du cross canal

Clef de voûte d'une stratégie cross canal réussie, le traitement centralisé des paiements mobiles, web, ainsi que ceux réalisés sur le point de vente, via une seule plateforme,

permet aux commerçants d'optimiser l'expérience client, mais aussi la logistique, le marketing, les process et de rationaliser les coûts. Comment mettre en place une stratégie de paiement cross canal source de profits ?

François HÉLARD,

Directeur Europe de Sud,

ADYEN

11h45 / 12h30 : Baromètre

La satisfaction client au service du e-commerce

Élaboré à partir de plus de 3,4 millions de questionnaires sur une période de deux ans, la 1ère édition du Baromètre Sceau de Confiance FIA-NET « Les Français et l'achat en ligne » offre un panorama unique du e-commerce français, grâce à une analyse des e-acheteurs, des livraisons, etc. Elle apporte également un nouvel éclairage sur la satisfaction client et le besoin de confiance exprimé par les consommateurs. Fort de ses 14 années d'expérience, le Sceau de Confiance FIA-NET révèle ici les clés pour anticiper les nouvelles tendances du e-commerce.

Élodie DELLISTE,

Responsable d'Activité Sceau de Confiance FIA-NET,

FIA-NET

12h45 / 14h15 : Déjeuner et networking

14h15 / 15h00 : Table ronde

Stratégies cross canal : DO's and DON'Ts

La technologie, l'organisation des équipes et le budget, sont les trois freins à la mise en place d'une organisation cross canal performante*. Placer le client au centre de ses actions, affiner sa connaissance ou encore s'adapter aux spécificités de chaque canal (ergonomie, fonctionnalités, scénario d'utilisation, etc.), comptent parmi les facteurs de réussite. Au programme, des conseils sur les erreurs à éviter et les best practices.

*Source : 6ème édition de l'enquête : « the 2014 digital marketer » d'Experian Marketing Services

Animée par

Martine FUXA,

Rédactrice en chef,

ECOMMERCE

Valérie ALASLUQUETAS,

Directrice générale,

GINGER

Cyril BESSE,

Senior Manager,

CGI BUSINESS CONSULTING

Aline BUSCEMI,

Directrice générale,

MILIBOO.COM

Olivier de la CLERGERIE,

Directeur Général,

LDLC.COM

15h00 / 15h40 : Expertise

Supply Chain : Les tendances à adopter

Distribution pan-européenne, gestion des retours au plus près du consommateur ou à l'inverse dans des pays low-cost ou émergents. Découvrez les dernières tendances qui touchent la Supply Chain, avant d'aborder plus en détails le plus européen des BRICS* : la Russie, ses opportunités et challenges.

**Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud*

Antoine ROUTABOUL,

Business Development Manager France & Benelux,

HERMES EUROPE GMBH

15h40 / 16h00 : Pause et networking

16h00 / 16h40 : Étude et expertise

Expérience d'achat omnicanal et livraison enrichie

De nombreux e-commerçants ressentent une pression concurrentielle croissante tandis qu'augmentent les exigences du consommateur sur les prix, le service et la livraison. Le client veut plus de confort et l'e-commerçant cherche par tous les moyens à le satisfaire. Les technologies omnicanales invitent les acheteurs à effectuer les retours en magasin pour des produits achetés en ligne, intègrent les magasins dans le process de livraison ou encore permettent de livrer directement en magasin plutôt qu'au domicile. Cette session montrera à quel point les technologies omnicanales constituent un avantage concurrentiel permettant d'innover en offrant plus de choix au consommateur et présentera les résultats d'une étude* menée sur les 3 pays leaders en Europe, soulignant l'importance d'adopter une stratégie « multi ».

Etude Forrester réalisée pour Metapack (Septembre 2014) : « Comment dynamiser le chiffre d'affaires du e-commerce en améliorant les capacités de livraison ? »

Philippe BAILLY,

Country Manager France,

METAPACK

17h00 : Fin de la journée de conférence