

CONFÉRENCE | LE 13 MARS À PARIS

BANQUES SUR INTERNET 2012

LE DIGITAL AU CŒUR DES
NOUVELLES STRATÉGIES CLIENT



4 formations associées

(CCM Benchmark - Paris)

Avec le concours de



Adobe

Partenaires médias



LeJournalduNet

Applications et sites mobiles performants

1^{er} - 2 mars, 7 - 8 juin

Définir une stratégie de présence sur les réseaux sociaux

12 - 13 avril, 17 - 18 juillet

Construire son plan e-marketing

2 avril, 3 juillet

Définir et mettre en place des tableaux de bord d'audience

27 mars, 2 juillet

Organisé par



CCM Benchmark
ETUDES / FORMATIONS / CONFÉRENCES

PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE

BANQUES SUR INTERNET 2012

8h30 **Accueil / Café**

9h00 **Banque en ligne : le point de vue des clients**

Comment les clients jugent-ils les services de banque en ligne ? Dans quelle mesure les usages se déplacent-ils sur les nouveaux supports digitaux, mobiles et tablettes ? Comment exploitent-ils les nouveaux leviers de la relation client ?

Présentation des résultats de l'étude **CCM Benchmark**

9h30 **Les défis de la banque 100% Web**

Souscription, services de home banking, services mobiles... Comment les banques enrichissent-elles leur offre de services en ligne ? Quels sont les retours sur investissements pour les chantiers relatifs à la dématérialisation de la relation client ? Comment les banques font-elles évoluer leur stratégie online d'acquisition de clients online alors que les conditions d'octroi des crédits sont plus sélectives ? Comment bien gérer la sélection des clients sur Internet, sans pénaliser son taux de transformation sur ses cibles prioritaires ?

Avec Pascale Furbeyre (**BforBank**),
Virginie Fauvel (**BNP Paribas**),
Benoit Grisoni (**Boursorama Banque**)
et Guillaume Despré (**Monabanq**)

Table ronde animée par Stéphane Loire,
CCM Benchmark

10h30 **Comprendre et personnaliser la relation avec ses clients**

Comment avoir une compréhension qualitative du comportement en ligne de ses clients ? Comment identifier les meilleurs gisements pour acquérir de nouveaux clients ? Comment personnaliser la relation en ligne et optimiser les phases de conversion ?

Par Christophe Marée, **Adobe**

11h00 **Pause / Café**

11h30 **Stratégies cross-canal : réinventer la banque de détail**

Comment faire du Web un puissant apporteur d'affaires pour son réseau ? Quels sont les mécanismes de rebond entre les canaux les plus pertinents commercialement ? Comment optimiser les parcours clients cross-canaux pour améliorer le service rendu ? Comment les nouveaux supports digitaux peuvent-ils venir enrichir judicieusement la stratégie ?

Avec Stéphane Corre (**BRED Banque Populaire**), Daniel Jacquier (**CIC**) et Virginie Dulchain (**LCL**)

Table ronde animée par Auriane Guzzo,
CCM Benchmark

12h30 **Devenir une banque relationnelle de référence : pourquoi et comment ?**

Panorama des meilleures pratiques en Europe et Amérique du Nord.

Par Yvon Moysan, **CSA Consulting**

13h00 **Déjeuner**

14h30 **Focus sur 10 innovations sur mobiles et tablettes**

Quelles sont les dernières innovations en matière de services et d'ergonomie ? Comment donner une forte valeur ajoutée à ses services multi-devices et en faire un levier de développement commercial ? Que peut-on apprendre des expériences étrangères ?

Par **CCM Benchmark**

15h00 **Optimiser sa stratégie multi-écrans**

Comment les banques enrichissent-elles leur offre de services sur mobiles et sur tablettes ? Comment bien adapter sa présence digitale aux spécificités des interfaces tactiles ? Quelles sont les premières initiatives en matière d'application pour la TV connectée ? Quelles sont les possibilités en matière de souscription sur ces nouveaux supports digitaux ?

Avec Virginie Fauvel (**BNP Paribas**), Stéphane Kozlowski (**Crédit Mutuel Nord Europe**), Emmanuel David (**Société Générale**) et Sébastien Berten (**Backelite**)

Table ronde animée par Gilles Blanc, **CCM Benchmark**

16h00 **Pause / Café**

16h30 **Web social : enjeux et opportunités pour la banque de détail**

Comment optimiser sa présence sur les réseaux sociaux dans l'univers des produits bancaires ou financiers ? Nouveaux services, e-réputation, fidélisation ou recrutement de nouveaux clients... Quels sont les principaux résultats ? Comment profiter du Web social pour redynamiser ou adapter les modèles de banques mutualistes ? Comment y développer d'ambitieuses démarches collaboratives avec ses sociétaires, ses clients ? Comment les mécanismes sociaux peuvent-ils favoriser le développement du prêt entre particuliers ?

Avec Anne-Stéphanie Pierry (**Crédit Coopératif**), Thomas Beylot (**Prêt d'Union**) et Sébastien Salvador (**TooKam**)

Table ronde animée par Marie-Laure Monet, **CCM Benchmark**

FORMATIONS

APPLICATIONS ET SITES MOBILES PERFORMANTS

Les 1^{er} - 2 mars et 7 - 8 juin 2012 à Paris



Directeur d'Études chez CCM Benchmark et spécialiste du marketing online et mobile.

- 1. Comprendre les mutations de l'écosystème**
- 2. Définir son « ambition mobile »**
 - Les méthodes pour définir sa stratégie mobile
 - Affiner sa tactique opérationnelle sur le mobile
- 3. Penser mobile pour sa marque**
 - Rester cohérent dans son approche mobile
 - L'ergonomie sur mobile : les règles d'or
- 4. Les leviers du m-marketing**
 - Les techniques d'auto-promotion
 - Définir son plan de communication
 - Freemium, m-commerce, abonnements...
Monétiser son trafic

CONSTRUIRE SON PLAN E-MARKETING

Les 2 avril et 3 juillet 2012 à Paris



Directrice de projet au sein de l'équipe Internet de Groupe Adeo, elle est spécialisée en conseil en stratégie Internet et e-marketing.

- 1. Vision stratégique et moyens alloués**
 - Analyse de l'existant
 - Bilan et objectifs visés
- 2. Les différents leviers du webmarketing**
- 3. Mettre en place sa stratégie webmarketing**
 - Planification stratégique
 - Budget : procéder à des arbitrages
- 4. Construire son plan et son budget**
 - Présentation et argumentation de son plan
 - Mettre en place les KPI, construire un tableau de bord
- 5. Enjeux d'une stratégie multicanal**

DÉFINIR UNE STRATÉGIE DE PRÉSENCE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Les 12 - 13 avril et 17 - 18 juillet 2012 à Paris



Consultant webmarketing senior chez Kerops, société spécialisée en marketing-développement sur Internet.

- 1. Synthèse des évolutions et tendances**
- 2. Intégration dans une stratégie marketing-communication**
 - Les dispositifs adaptés en fonction de ses objectifs
- 3. Mise en pratique opérationnelle et atelier**
 - Facebook
 - Twitter
- 4. Optimisation globale d'un dispositif**
 - Favoriser l'interconnexion des dispositifs
 - Le Community Management
- 5. Indicateurs clés et mesure de performance**

TABLEAUX DE BORD D'AUDIENCE

Les 27 mars et 2 juillet 2012 à Paris



Spécialiste de l'analyse d'audience, de l'analyse comportementale et de l'analyse de performance des actions webmarketing.

- 1. De la stratégie à la mesure**
 - KPI et modèles économiques
 - Données multicanal à inclure
- 2. Outils user-centric et tableaux de bord**
 - Intégrer les données sectorielles
 - Les différents types de mesure user-centric
- 3. Outils site-centric et tableaux de bord**
 - Les indicateurs disponibles
 - Les nouvelles mesures à prendre en compte
- 4. Les tableaux de bord d'audience essentiels**
- 5. Règles et usages de construction des tableaux de bord**

BULLETIN D'INSCRIPTION

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 inscription 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.

Événement(s) choisi(s)

<input type="checkbox"/> Conférence Banque sur Internet 2012 Le 13 mars 2012	890 € HT (1 064,44 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Applications et sites mobiles performants Les 1 ^{er} - 2 mars et les 7 - 8 juin 2012 à Paris	1 550 € HT (1 853,80 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Définir sa présence sur les réseaux sociaux Les 12 - 13 avril et les 17 - 18 juillet 2012 à Paris	1 550 € HT (1 853,80 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Construire son plan e-marketing Le 2 avril et le 3 juillet 2012 à Paris	950 € HT (1 136,20 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Mettre en place des tableaux de bord d'audience Le 27 mars et le 2 juillet 2012 à Paris	950 € HT (1 136,20 € TTC)

Nom / Prénom	
Fonction	
Société	
Adresse	
Code postal	Ville
Pays	Secteur d'activité
Téléphone	Fax
e-Mail	
N° TVA intracommunautaire	

Montant à payer

..... € HT + TVA (19,6 %) = € TTC

Mode de paiement

- Je souhaite recevoir une facture Chèque à l'ordre de **Benchmark Group**
 Paiement sécurisé par Carte Bancaire **sur www.ccmbenchmark.com/institut**

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, la convocation et la convention de formation vous seront adressées. 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 Formation, 69-71 avenue P. Grenier, 92517 Boulogne-Billancourt Cedex
Par fax : 01 47 79 50 01 / Tél. 01 47 79 50 38 / e-Mail : formation@ccmbenchmark.com

LE DIGITAL AU CŒUR DES NOUVELLES STRATÉGIES CLIENT



Auriane Guzzo
Analyste,
CCM Benchmark

Nouvelles contraintes liées à la conjoncture économique mais aussi nouvelles opportunités créées par l'essor des réseaux sociaux et des supports mobiles : dans ce contexte, les banques sont amenées

à repenser leur stratégie marketing. Au-delà de l'élargissement de leur offre en ligne, les banques se tournent à présent vers de nouvelles plates-formes pour déployer leurs services et de nouveaux canaux pour communiquer avec leurs clients. Proposer des services innovants et cohérents entre eux s'avère d'autant plus important que les attentes des clients se complexifient et la concurrence des nouveaux venus dans le secteur bancaire et financier (courtiers en ligne, plates-formes de prêt entre particuliers...) se renforce.

Comment faire évoluer la stratégie d'acquisition de clients online alors que les conditions d'octroi de crédit sont plus sélectives ? Comment optimiser les parcours clients cross-canaux ? Quelles sont les dernières innovations sur mobiles et tablettes ? Et quelles sont les possibilités en matière de souscription sur les nouveaux supports digitaux ? Comment optimiser sa présence sur les réseaux sociaux ?

Pour répondre à ces questions, CCM Benchmark réunit de grands acteurs du secteur bancaire et des experts lors de cette nouvelle édition de la conférence « Banques sur Internet ». Ils partageront leur vision, leurs conseils et leurs retours d'expérience en matière de stratégies digitales.

Les intervenants de la conférence CCM Benchmark

Christophe Marée, **Adobe**
Sébastien Berten, **Backelite**
Pascale Furbeyre, **BforBank**
Virginie Fauvel, **BNP Paribas**
Benoit Grisoni, **Boursorama Banque**
Stéphane Corre, **BRED Banque Populaire**
Daniel Jacquier, **CIC**
Anne-Stéphanie Pierry, **Crédit Coopératif**
Stéphane Kozlowski,
Crédit Mutuel Nord Europe
Yvon Moysan, **CSA Consulting**
Virginie Dulchain, **LCL**
Guillaume Despré, **Monabanq**
Thomas Beylot, **Prêt d'Union**
Emmanuel David, **Société Générale**
Sébastien Salvador, **TooKam**

