

Le Point

1/2 journée
13 retours d'expérience
des meilleurs pionniers

Customisation de masse

*Les nouveaux leviers du marketing personnalisé
pour différencier votre marque en 2014*



**Une conférence Le Point
Jeudi 30 janvier 2014 de 14h à 18h30,
Intercontinental Paris Avenue Marceau**

En partenariat avec :



Pourquoi participer ?

Madame, Monsieur,

Avec l'impression 3D, le développement exponentiel du e-commerce et l'avènement du « tout-digital », la mass customisation ou customisation de masse trouve aujourd'hui un second souffle. Créée dans les années 80, la personnalisation des produits/services à l'initiative du client ou de l'entreprise implique toutes les fonctions clés de l'entreprise : **marketing, supply chain, production et stratégie digitale.**

Révolution de production ou nouvelle stratégie marketing digital ? Les industriels ne partagent pas tous la même définition selon le stade auquel la personnalisation intervient, de la production au packaging. Mais tous s'accordent sur le fait qu'en période de crise, la customisation actionne un levier majeur de différenciation. Les marques rétablissent ainsi une **relation « one to one »** avec leurs clients, co-créateurs des produits. Mais plus important encore, la **collecte des données clients**, générée par ces opérations, permet d'accentuer la **connaissance client** et l'unicité de leur offre.

Si les bénéfices s'avèrent réels, il existe aussi des conditions sine qua non du succès à respecter. Notamment la mise en conformité avec la réglementation CNIL, ou encore la modification de la Supply Chain ou des lignes de production. Il est donc nécessaire d'anticiper tous ces impacts opérationnels et organisationnels avec des coûts associés. **Les rendements sont-ils équivalents à ceux de la production de masse ? Jusqu'où aller dans la customisation pour assurer la viabilité du business model ?**

Pour la 1^{ère} fois en France, Le Point organise pour vous, Directeurs Marketing, Digital, Relation Client, Supply Chain, un événement entièrement dédié aux opportunités et risques de la customisation. Bénéficiez des retours d'expériences des meilleurs pionniers et échangez sur :

- Les organisations performantes marketing/Supply Chain
- Les coûts, pricing et ROI de la customisation
- Les derniers succès en date pour éviter un « flop marketing »
- Les clés pour faire vivre à vos clients une expérience de « customisateur » réussie

Nous réjouissons de vous accueillir lors de cette conférence, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos salutations distinguées.



Clément Pétreault,
Journaliste,
Le Point

Les débats seront animés par **Clément Pétreault**, journaliste, **Le Point**

14h00 Pourquoi la révolution de la Customisation de masse, c'est maintenant !

De la production de masse à la personnalisation de masse, il y a 2 pas : la digitalisation et le client

- Qu'est ce que la customisation de masse aujourd'hui ? Qui personnalise et à quel stade ?
- Marketing, supply chain, production...qui doit piloter ?
- A l'heure de la mondialisation, en quoi la personnalisation est-elle un réel facteur de différenciation perçu et recherché par le client ?
- Quand les clients de plus en plus « connectés », deviennent co-créateurs et promoteurs de leurs produits sur les réseaux sociaux

Manuel Berquet-Clignet, Directeur Marketing, **COCA-COLA France**
Philippe Clogenson, Directeur du Développement, **RENAULT CONSULTING**
Olivier de Mendez, Regional Director France, **STARBUCKS COFFEE**
Philippe Peyrard, Directeur Général Délégué, **ATOL**

15h00 Supply-chain & personnalisation de masse : les pièges à éviter et les limites à ne pas dépasser

Jusqu'où peut-on paramétrer le produit ou l'offre pour concilier besoins du consommateur et rentabilité ?

- Comment dimensionner l'outil productif ? La personnalisation nécessite-t-elle de casser complètement les chaînes de production ? Ou bien faut-il opter pour une unité de production parallèle ?
- Quelle chaîne d'approvisionnement pour permette de déployer des solutions personnalisées avec un rendement proche de celui de la production de masse ?
- L'apport de l'impression 3D : un mythe, un effet de mode ou une réelle solution de personnalisation à moindres coûts ?

Christophe Benoît, Directeur Général Adjoint, en charge de la Supply Chain, **ALCATEL ONE TOUCH EMEA - TCT Mobile Europe S.A.S**
Ludovic Chevalme, Directeur Supply Chain, **JCDECAUX**
Lionel Trapet, European Director My M&M's, **M&M's - GROUPE MARS**

16h00 Pause-Café

16h20 Le Big data, l'or noir du XXI^e siècle :

**+ on personnalise, + on connaît les clients et leurs besoins, + on développe les ventes.
Mais comment mettre en place ce cercle vertueux et collecter ces données sans risque ?**

- Décrypter les règles juridiques, sur la sécurisation et l'utilisation des données
- Les derniers développements et prochaines étapes de la « Data Protection Reform 2013 » en Europe et réglementation CNIL
- Retour d'expérience d'une marque pionnière sur la collecte des données, la segmentation clients et l'identification de leur besoins/préférences... ?

Serge Laurens, Directeur Marketing, **TRANSAT FRANCE** - *Look Voyages, Vacances Transat, Air Transat, Amplitravel*

Stefan Verschuere, Vice-président, **COMMISSION DE LA PROTECTION DE LA VIE PRIVEE**

17h00 Pricing & rentabilité : ce que le client est prêt à payer pour une offre personnalisée

Jusqu'où pousser le « On Demand », retour d'expérience d'un pionnier sur la simplification du business model pour optimiser profitabilité et compétitivité

Sylvain Bloche, Directeur Marketing Consumer & Small Business, **DELL**

17h30 Comment faire vivre à vos clients une expérience « Customisateur » réussie ?

Face à l'explosion du e-commerce, la personnalisation est le nouveau levier pour développer une nouvelle relation avec le client

- La communication en « one to one », vecteur pour déployer la customisation de masse
- L'apport du choix des outils de personnalisation/logiciels de configuration simples et intuitifs
- Comment faire pour que le client renouvelle l'expérience ?

Patrick Hoffstetter, Direction Client Monde, Directeur Digital Factory, **RENAULT**

Eric Marillet, Directeur User Experience et Design, **SGLI AGENCY PARIS**

Ishtar Morante, Directrice digital CRM et e-commerce, **DANONE - My EVIAN**

Lionel Trapet, European Director My M&M's, **M&M's - GROUPE MARS**

18h30 Clôture de la conférence

Découvrez toutes les Conférences Le Point sur :

<http://www.lepoint.fr/html/lepoint/conferences.php>

Le panel des orateurs



Manuel Berquet-Cignet

- *Christophe Benoît*, Directeur Général Adjoint, en charge de la Supply Chain, **ALCATEL ONE TOUCH EMEA - TCT Mobile Europe S.A.S**



Philippe Peyrard

- *Manuel Berquet-Cignet*, Directeur Marketing, **COCA-COLA France**

- *Sylvain Bloche*, Directeur Marketing Consumer & Small Business, **DELL**



Lionel Trapet

- *Ludovic Chevalme*, Directeur Supply Chain, **JCDECAUX**

- *Philippe Clogenson*, Directeur du Développement, **RENAULT CONSULTING**



Christophe Benoît

- *Patrick Hoffstetter*, Direction Client Monde, Directeur Digital Factory, **RENAULT**

- *Serge Laurens*, Directeur Marketing, **TRANSAT FRANCE**
Look Voyages, Vacances Transat, Air Transat, Amplitravel



Sylvain Bloche

- *Olivier de Mendez*, Regional Director France, **STARBUCKS COFFEE**

- *Eric Marillet*, Directeur User Experience et Design, **SQLI AGENCY PARIS**



Ishtar Morante

- *Ishtar Morante*, Directrice digital CRM et e-commerce, **DANONE My EVIAN**

- *Philippe Peyrard*, Directeur Général Délégué, **ATOL**



Patrick Hoffstetter

- *Clément Pétreault*, Journaliste, **Le Point**

- *Lionel Trapet*, European Director My M&M's, **M&M's - GROUPE MARS**

- *Stefan Verschuere*, Vice-président, **COMMISSION DE LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE**

Bulletin d'inscription

Le jeudi 30 janvier 2014
Conférence Le Point "Customisation de masse"

Intercontinental Paris Avenue Marceau
64 avenue Marceau, 75008 Paris

LCU1401



Scan pour inscription

A. Informations sur le participant

Mademoiselle Madame Monsieur

Nom : Prénom :

Fonction :

Tel : Fax :

E-mail :

B. Informations sur la société

Société :

N° TVA intracommunautaire (impératif) :

Adresse :

CP : Ville :

Pays : Tel : Fax :

Adresse de facturation si différente :

C. Règlement

Par chèque à l'ordre de Development Institute International en portant la mention **LCU1401** au dos du chèque

Par virement à notre banque : BNP, compte N°30004 00760 00010009271/92 libellé au nom de Development institute international avec la mention **LCU1401** et le nom du participant

Par virement international SWIFT à notre banque : BNP AFRPPPC, IBAN : FR7630004 00760 000 10009271 /92 libellé au nom de Development institute international avec la mention **LCU1401** et le nom du participant

D. Confirmation

Je m'inscris et accepte les Conditions Générales de Vente

Tarif spécial : 340€ HT (406,64€ TTC) pour tout règlement **avant le 13/12/2013**, soit 150 € HT de réduction

Tarif spécial : 390€ HT (466,44€ TTC) pour tout règlement **avant le 17/01/2014**, soit 100 € HT de réduction

Plein tarif : 490€ HT (586,04€ TTC) pour tout règlement **après le 17/01/2014**

Tarif de groupe : contactez-nous au +33(0)1 43 12 85 55

Signature et cachet de l'entreprise :

Pour participer aux débats, merci de renvoyer ce coupon accompagné de votre règlement à l'ordre de Dii

- Par courrier à l'attention de LE POINT - Dii agency
- 164 bd Haussmann • 75008 Paris • Par tel au +33 (0)1 43 12 85 55
- Par mail à lepoint@development-institute.com • Par fax +33(0)1 40 06 95 26

Conditions Générales de Vente : Les frais d'inscription doivent impérativement être réglés en intégralité avant l'évènement. Ils comprennent l'accès au séminaire, aux pauses-café et au cocktail. Les organisateurs se réservent le droit de modifier le programme et le lieu du séminaire si les circonstances les y obligent. Conditions d'annulation et de remplacement : Toute annulation doit nous être communiquée par écrit. Pour toute annulation plus de 30 jours avant la formation, vous pouvez bénéficier d'un report sans frais sur une session de votre choix sur l'année. Pour toute annulation 30 à 15 jours avant le séminaire les frais seront de 200 € HT. Pour toute annulation à moins de 15 jours, les frais de participation seront dus en totalité. Dans ce cas le participant peut se faire remplacer par une autre personne appartenant à l'entreprise. Merci de nous notifier le nom du remplaçant par écrit.

Les informations recueillies font l'objet d'un traitement informatique destiné à valider votre participation et votre inscription à notre évènement. Le destinataire des données est : Development institute international.

Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant au Service Clients à l'adresse suivante : service-clients@development-institute.com
Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant