Le passage au numérique pour les associations. Conférence e-nonprofits

Organisée par Iraiser, en partenariat avec les principales agences de communication intervenant dans le secteur caritatif, cette conférence aura lieu le 27 janvier 2014.

Elle part du constat que si le secteur de la VPC a connu une migration numérique durant les dernières années (passant de 0 à plus de 80%), le secteur associatif est resté en retard dans ce domaine, continuant à s'appuyer largement sur les canaux classiques.

Cette journée permettra de profiter du retour d'expériences d'acteurs tels que 3 Suisses, AirFrance, Sephora, Voyages-Sncf, Christie's et Samsung.

Au programme :

- Pourquoi et comment recruter des personnes compétentes pour concevoir, mettre en oeuvre, gérer et optimiser une stratégie numérique ?
- Quelle stratégie numérique pour réussir ?
- Comment exploiter au mieux les réseaux sociaux ?
- L'utilisation de la « Vidéo » avec une capacité extraordinaire à générer des émotions, principal moteur de dons !
- Le numérique : une réglementation juridique spécifique à connaître ?
- Les aspects techniques (serveur, hébergement, disponibilité des pages, redondance…)
- Le numérique, complément aux autres canaux

Pour plus de détails, et s'inscrire, c'est ici

assises de la philanthropie 2011 (institut Pasteur)

Assises de la philanthropie, organisée par l'institut Pasteur le jeudi 23 juin 2011.

La première édition dont on peut trouver le compte rendu intégral ici, avait eu lieu en novembre 2009.

Le programme de cette seconde édition :

- Les différents modèles philanthropiques (étude Barclays). cf. ici des informations concernant l'étude sur le global giving
- Philanthropie versus social business : influence anglo-saxonne ?
- Comment créer une culture philanthropique ?
- Philanthropie transfrontalière : modes d'emploi
- Que peut attendre le philanthrope de sa banque privée et de ses conseils ?
- Pour une remise à plat du cadre juridique et fiscal de la philanthropie

Présentation ici sur le site de l'institut Pasteur

une formation Benchmark sur la fidélisation on line (7 décembre 2010)

Cette journée est proposées dans le cadre d'un forum comprenant 4 autres sessions de formation

- Constituer et exploiter une base de données marketing (8-9 déc.)
- CRM : choisir une solution adaptée à ses besoins (10 déc.)
- e-CRM : optimiser sa relation client (15-16 déc.)
- Réussir sa stratégie de fidélisation sur internet (17 déc.)

Elle abordera les points suivants:

Fidélisation sur Internet : état des lieux, bilan, projets

- Comment les marques exploitent-elles les médias digitaux pour mieux fidéliser ?
- Comment intègrent-elles désormais les réseaux sociaux à leur stratégie ?
- Quel bilan dressent-elles de leurs initiatives online ?
- Quels sont les principaux projets pour 2011 ?

Présentation des principaux résultats de l'étude « Fidélisation 2010 » de Benchmark Group.

Temps réel, ultra-personnalisation, multicanal… Les enjeux 2011

- Pourquoi de grandes marques placent-elles le web et le

mobile au centre de leur stratégie CRM ? Social CRM, ultra-personnalisation…
- Comment intègrent-elles ces leviers pour améliorer la valeur et allonger le cycle de vie de leurs clients ?
- Comment comptent-elles tirer profit des possibilités offertes par le CRM temps réel ?
- Dans quelles conditions est-il pertinent de segmenter et décliner ses programmes en fonction de ses cibles ?
- Qu'attendre d'un programme premium ?
- Comment optimiser l'efficacité des rebonds entre les différents canaux ?

Avec Isabelle Birem (Air France), Jean-Christophe Hermann (Carrefour), Elisabeth Sabbah (LCL) et Jérôme Hiquet (Le Club Med).

Social CRM : du chargé de clientèle au community manager

- Réseaux sociaux, micro-blogging : comment les marques s'approprient-elles les espaces « sociaux » pour mieux dialoguer avec leurs clients ?
- Fan page, communautés VIP, services personnalisés… Quelle stratégie adoptent-elles pour fidéliser leurs meilleurs clients
- Comment utiliser les données « sociales » pour enrichir sa base de données clients ?
- Quand et comment développer sa propre plate forme participative ?

Avec Nathalie Rocher Piou (Bénéteau) et Bertrand Duperrin (Nextmodernity).

Le rôle des centres de relation client dans les activités de vente sur Internet

- Comment sont organisés les centres de relation client des sites web transactionnels ?
- Quels sont les canaux mis en avant par les marques en fonction du cycle d'achat et selon les différents

secteurs ?
- Quels sont les impacts en termes de performances commerciales ? eCRM, self care web, intercanalité, chat, clic to call…
- Quelles sont les priorités ?

Par Philippe Tisserand (CCA International) et Gilles Blanc (Benchmark Group).

Optimiser l'efficacité de son support client

- Comment créer un processus de suivi client multicanal efficace ?
- Comment mieux mesurer le taux de satisfaction de ses clients et la qualité perçue ?
- Quels nouveaux services web proposer à ses clients pour améliorer le service rendu tout en gagnant en productivité ?

Avec Damien de Bloteau (AG2R La Mondiale), Anne Hortense Ruault (Best Western), Franck Chaput (Carrefour Pass) et Valérie Darmaillacq (Voyages-sncf.com).

Fidélisation sur mobile : accompagner ses clients, partout, tout le temps

- Comment répondre aux attentes de ses clients en situation de mobilité ?
- Quels services leur proposer pour favoriser les usages et développer leur fidélité ?
- A quelles performances s'attendre ?

Avec Michel Jouve (Cortal Consors) et Stéphane Kozlowski (Monabanq).

Mieux comprendre ses clients grâce au webanalytics

- Comment les outils de webanalytics permettent-ils d'enrichir sa connaissance clients ?
- Comment bien les connecter aux autres briques du système

d’information (CRM, Business Intelligence, e-solution commerce…) pour affiner ses indicateurs ?

Par Mats Carduner (Fifty Five)

Dématérialiser son programme de fidélisation

- Dématérialisation des supports (téléphone mobile, pass Navigo), des canaux de communication (SMS, mail, site web, application mobile…), des récompenses (e-coupons, minutes de communication, cash-back)…
- Comment les clients réagissent-ils ?
- Quels bénéfices les marques tirent-elles de la dématérialisation de leur programme de fidélisation ?

Avec Géraldine Dumeurger (La Croissanterie), Anne-Sophie Clémot (Symantec) et Florent Mariotti (Virgin).

Fidélisation sur le point de vente : tirer profit des avancées technologiques

- E-couponing, promotions ciblées, paiement sans contact…
- Quels nouveaux services offrir aux « shoppers » pour améliorer leur expérience d’achat ?
- Écrans linéaires, merchandising interactif, NFC…
- Comment sont perçues ces nouvelles initiatives ?
- Quel bilan dressent les sociétés pionnières ?
- Quel budget faut-il anticiper ?

Par Jérémie Leroyer (Airtag)

Télécharger le programme ici, sur le site de Benchmark