

CONFÉRENCE | LE 20 MARS À PARIS

INTERNET PAYANT

DÉVELOPPER SES REVENUS
DANS UN ÉCOSYSTÈME MULTI-ÉCRANS



4 formations associées

(CCM Benchmark - Paris)

Définir sa stratégie réseaux sociaux

Les 12-13 avril et les 17-18 juillet

Applications et sites mobiles performants

Les 1^{er}-2 mars et les 7-8 juin

TV connectée

Le 24 mai

Stratégie de fidélisation sur Internet

Le 5 mars et le 5 juin



CCM Benchmark
ETUDES / FORMATIONS / CONFÉRENCES

PROGRAMME DE LA CONFÉRENCE

INTERNET PAYANT

8h30 **Accueil / Café**

9h00 **L'Internet payant vu par les consommateurs**

Présentation d'une enquête
CCM Benchmark auprès des internautes français.

Par Marie-Laure Monnet,
CCM Benchmark

9h30 **Développer un modèle 100 % payant**

Quelles sont les perspectives des offres 100 % payantes sur Internet ? Comment créer de la valeur par rapport aux contenus gratuits ? Comment ensuite faire valoir cette valeur et inciter à l'achat ? Comment choisir le bon modèle en fonction de son offre et des usages ? Comment inciter ses clients à monter en gamme ? Comment les fidéliser ?

Avec :

- Jean-Noël Berenger (**Anxa**)
- Edwy Plenel (**Mediapart**)
- Pierric Duthoit (**Meetic**)
- Patrick Amiel (**Wengo**)

Table ronde animée par Stéphane Loire,
CCM Benchmark

10h30 **Pause / Café**

11h00 **Réussir sa stratégie Freemium**

A quelles conditions opter pour un modèle freemium ? Comment faire cohabiter le gratuit et le payant dans son offre ? Publicité, limitation d'usage, fonctionnalités premium... Comment fixer efficacement la frontière entre les deux offres ? Comment valoriser les avantages d'une offre premium ? Comment inciter les utilisateurs à passer à une version payante ? Comment peut-on capitaliser sur une version gratuite pour commercialiser des options payantes ?

Avec :

- Bertrand Gié (**Le Figaro**)
- Philippe Jannet (**Le Monde**)
- Annina Svensson (**Spotify**)
- Julien Maillard (**e-TF1**)

Table ronde animée par Alain Steinmann,
CCM Benchmark

12h00 **Exploiter les leviers de la recommandation sociale et du social shopping**

Comment utiliser les réseaux sociaux pour promouvoir efficacement son offre payante ? Messages, positionnement, viralité... Comment maximiser l'efficacité de ses messages ? Quels retours espérer ?

Par Jean-Louis Bénard, **Brainsonic**

Avec le concours de

LeJournalduNet

12h30 **Déjeuner**

14h00 **Nouvelles solutions de paiement, monnaies virtuelles : les enjeux**

Portefeuille électronique, monnaie virtuelle, comptes uniques pour les paiements à distance... Comment exploiter les nouveaux moyens de paiement émergents sur Internet ? Combien représentent-ils en termes de volumes par rapport aux solutions existantes ? Comment s'organise le partage de revenus ? Quels sont leurs avantages et leurs limites ? SMS+, MMS+, Audiotel... Faut-il basculer vers de nouvelles solutions de micro-paiement ? A quelles conditions ? Pour quels retours ?

Avec :

- Christophe Bourbier (**Limonetik**)
- Michel Nizon (**Edulang**)
- Antoine Sandrin (**KRDS**)

Table ronde animée par Fabrice Deblock, **CCM Benchmark**

15h00 **Pause / Café**

15h30 **Mobile, tablette, tv connectée... Monétiser ses applications**

Freemium, applications payantes, in-app purchase, abonnements : comment tirer profit des modèles de monétisation sur

mobiles, tablettes et TV connectées ? A quelles conditions peut-on monétiser sur ces nouveaux supports des contenus gratuits sur PC ? Quels sont les modes d'achat les plus appropriés ? Stratégie de lancement, promotion, évolution des fonctionnalités... Comment optimiser ses revenus sur les différents stores d'applications ? Quelles sont les alternatives ? Comment tirer profit de son application gratuite pour valoriser son offre payante ? Comment développer des synergies pertinentes entre les différents écrans ?

Avec :

- Allison Reber (**Avecomics**)
- Clément Cezard (**Deezer**)
- Stanislas Léridon (**Dotscreen**)
- Aymeric Bauguin (**HDS Digital**)

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

16h30 **Objets connectés : les nouvelles opportunités**

Comment les objets du quotidien vont-ils permettre d'accéder à de nouveaux contenus et services ? Quels seront le modèle économique émergent et le revenue sharing ? Comment se positionner efficacement sur ces nouveaux supports ?

Par Hugues Sévèrac, **Orange**

Retrouvez le programme détaillé sur :

www.ccmbenchmark.com/internet-payant

FORMATIONS

DÉFINIR SA STRATÉGIE RÉSEAUX SOCIAUX

Les 12-13 avril et les 17-18 juillet



Consultant webmarketing senior au sein de la société Kerops, Jean-Christophe Pineau est impliqué depuis 11 ans dans les problématiques de marketing digital.

- 1. Réseaux sociaux : évolutions et tendances**
- 2. Intégration dans sa stratégie marketing et communication**
 - Dispositifs de notoriété et d'image
 - Dispositifs relationnels
 - Dispositifs transactionnels
- 3. Mise en pratique opérationnelle et ateliers**
- 4. Optimisation globale d'un dispositif**
 - Interconnexion des dispositifs et propagation
 - Le Community Management
- 5. Indicateurs clés et mesure de performance**
 - Les outils et services de mesure
 - Les indicateurs qualitatifs et quantitatifs

STRATÉGIE DE FIDÉLISATION SUR INTERNET

Le 5 mars et le 5 juin à Paris



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

- 1. Internet et le marketing relationnel**
- 2. Construire un programme relationnel online**
 - Conditions préalables
 - Modalités de construction d'un programme
 - Intégration d'Internet à son programme
- 3. Mieux connaître ses clients pour les fidéliser**
- 4. De la connaissance clients au CRM**
 - Identifier les données clients stratégiques
 - Ciblage, segmentations, construction des offres
 - Supports de communication et gestion des offres différenciées
- 5. Pour une fidélisation online optimale**

APPLICATIONS ET SITES MOBILES

Les 1^{er}-2 mars et les 7-8 juin



Cette formation est animée par Gilles Blanc, Directeur d'Études chez CCM Benchmark.

- 1. Internet mobile : chiffres clés et 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. Drainer du trafic sur son site : les leviers m-marketing**
 - Définir son plan de communication
 - Fidéliser et monétiser son trafic

TV CONNECTÉE

Le 24 mai à Paris



Cette formation est animée par Stanislas Leridon, président de Dotscreen, ancien directeur Internet et nouveaux médias de France 24.

- 1. Le marché et ses perspectives**
 - Qu'appelle-t-on TV connectée ?
 - Le parc, les prévisions de vente, le taux de connectivité, les chiffres clé à maîtriser
- 2. L'écosystème**
 - Les portails et app stores ; les applications vidéos, servicielles, communautaires
 - Les différents modèles économiques
- 3. Concevoir et développer un service TV connectée**
 - Compétences nécessaires au service
 - Adapter un site web ou une application mobile

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 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

Événement(s) choisi(s)

<input type="checkbox"/> Conférence Internet payant Le 20 mars	890 € HT (1 064,44 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Définir sa stratégie réseaux sociaux Les 12 - 13 avril et les 17 - 18 juillet	1 550 € HT (1 565,50 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Applications et sites mobiles performants Les 1 ^{er} - 2 mars et les 7 - 8 juin	1 550 € HT (1 565,50 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation TV connectée Le 24 mai	950 € HT (1 136,20 € TTC)
<input type="checkbox"/> Formation Stratégie de fidélisation sur Internet Le 5 mars et le 5 juin	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

DÉVELOPPER SES REVENUS DANS UN ÉCOSYSTÈME MULTI-ÉCRANS



Fabrice Deblock
Directeur d'études,
CCM Benchmark

Le modèle gratuit s'est largement imposé sur Internet grâce à la forte croissance des revenus issus des leviers de monétisation publicitaire. Un acteur misant sur un modèle payant trouve le

plus souvent devant lui un concurrent proposant un service proche, parfois dégradé mais gratuit. Et la culture de la gratuité sur Internet est très largement ancrée dans les habitudes des consommateurs.

Cependant, les revenus générés par la publicité ne permettent pas toujours de rentabiliser correctement les contenus ou les services produits, induisant une offre parfois très insatisfaisante pour certains internautes plus exigeants. Le tassement de la croissance de la publicité online devrait aussi renforcer les difficultés de monétisation de certains services. Par ailleurs, la mise en place d'un nouvel écosystème d'écrans, au travers des smartphones, des tablettes, des TV connectées et très prochainement de l'Internet des objets, s'accompagne d'un changement de mentalité, laissant augurer de meilleures perspectives pour les éditeurs.

Alors que les revenus publicitaires sur mobile sont pour le moment très décevants, les App stores ont recréé une nouvelle chaîne de valeur et de nouvelles opportunités de monétisation dans le cadre de modèles payants ou freemium. Enfin, le paiement en ligne évolue au service d'un parcours client et d'un processus d'achat plus simples et plus fluides. Tout cela offre désormais des conditions beaucoup plus favorables pour la réussite de modèles payants sur Internet.

Les intervenants de la conférence CCM Benchmark

Jean-Noël Bérenger, **ANXA**
Allison Reber, **AVECOMICS**
Jean-Louis Bénard, **BRAINSONIC**
Clément Cezard, **DEEZER**
Stanislas Léridon, **DOTSCREEN**
Michel Nizon, **EDULANG**
Julien Maillard, **E-TF1**
Aymeric Bauguin, **HDS DIGITAL**
Antoine Sandrin, **KRDS**
Bertrand Gié, **LE FIGARO**
Philippe Jannet, **LE MONDE**
Christophe Bourbier, **LIMONETIK**
Edwy Plenel, **MEDIAPART**
Pierric Duthoit, **MEETIC**
Hugues Sévérac, **ORANGE**
Annina Svensson, **SPOTIFY**
Patrick Amiel, **WENGO**

