

Le Marketing des Services à la Personne

CONFÉRENCE STRATÉGIES LES 3 ET 4 JUIN 2008 - PARIS

Avec les témoignages de

**Analyser les besoins
des consommateurs :**
« le marché évolue, et vous ? »

**Elaborer un marketing
mix gagnant**

**Zoomer sur les 10 meilleurs
retours d'expérience :**
**stratégies de marque, qualité
de service, stratégies d'alliances...**

En partenariat avec :



CHEZ-VOUS.COM
l'agence des services à domicile

AGENCE NATIONALE DES SERVICES
À LA PERSONNE
TNS SOFRES
FOURMI VERTE
LA POSTE
UNA
ACCOR SERVICES
EUROP ASSISTANCE
MONDIAL ASSISTANCE
PACIFICA
CHEZ-VOUS.COM
PETITS-FILS SERVICES
AUX GRANDS-PARENTS
ACADOMIA
VIADOM
DOMISERVE
O₂
FNAAFP/CSF
ADMR
FÉDÉRATION DES ENTREPRISES
DE SERVICES À LA PERSONNE
SGS
ANPE
COORACE
FÉDÉRATION NATIONALE DES
PARTICULIERS EMPLOYEURS
AVEC LA PRÉSENCE DE L'EXPERT
JEAN-NOËL LESELLIER

Journée optionnelle de formation le 5 juin 2008

Élaborer un marketing mix gagnant

Formation animée par Gérard LOUYAT, Directeur Général d'AEGIR Consulting et Spécialiste en Stratégie et Management Marketing des Activités de Services

Stratégies
DES MARQUES... ET VOUS

www.strategies.fr

Madame, Monsieur,

Eldorado est le terme qui revient le plus souvent pour définir le marché des services à la personne.

Mais attention la réussite ne s'improvise pas !

Enseignes nationales, prestataires, distributeurs... sont autant de nouveaux entrants qui viennent perturber un marché jusqu'alors dominé par les associations.

Au-delà de la structuration du marché, ce sont de nouvelles problématiques qui émergent : qualité de la prestation, professionnalisation des acteurs mais aussi la viabilité des modèles économiques.

Pour la 2^{ème} édition, Stratégies réunit plus de 20 experts et opérationnels pour débattre de ces problématiques d'actualité mais aussi partager avec vous leurs expériences.

Souhaitant à cette conférence tout le succès qu'elle mérite !



Jésila Bensalah
Chef de Produit

VOUS ÊTES CONCERNÉ

Président Directeur Général – Directeur Général
– Directeur et Responsable Stratégie – Responsable Développement – Directeur et Responsable Ressources Humaines - Directeur et Responsable Marketing – Directeur et Responsable de la Communication – Directeur, Responsable et Chargé d'études – Directeur et Responsable Commercial – Directeur et Responsable Qualité – Chef de Marché – Chef de Produit – Chef de Projet – Chargé de Mission – Agences de communication.

...et toute personne souhaitant se lancer ou se repositionner sur le marché des Services à la Personne.

Le Marketing des Services à la Personne

1^{er} jour

MARDI 3 JUIN 2008

8h45 : Accueil des participants

9h-9h15 : Introduction par Pierre Demortière,
Directeur du Développement, UNA

Marché et Enseignes Nationales : perspectives et enjeux

9h15-10h

Etude Benchmark International : les résultats sont là !

- Quelles sont les données et axes stratégiques ?
- Quelle est la place de la France par rapport à ses homologues européens ?
- Canada, USA, Russie... : les approches et les problématiques des acteurs sont-elles identiques ?
- ➔ Bruno ANTOINE, Directeur Marketing et Développement, **AGENCE NATIONALE DES SERVICES À LA PERSONNE**

10h-10h45

Les Français sont-ils réellement prêts à être dépendant ?

- Les Français et la situation de dépendance : quelles réalités ?
- Des dispositions ont-elles été déjà prises ou seules les intentions comptent aujourd'hui ?
- Les seniors, une cible en or ?
- ➔ Frédéric CHASSAGNE, Directeur du Département Finance, **TNS SOFRES**

Pause

11h15-12h

De la demande initiale à l'attestation fiscale : comment tendre vers le zéro défaut ?

- L'approche multicanale permet-elle de recruter des clients tout en les fidélisant ? Quel canal privilégier ?
- Quels sont les dispositifs de proximité à mettre en place pour une enseigne nationale ?
- Comment déceler l'insatisfaction client ?
- ➔ Cécile JOLY, Responsable de la Plate-forme Opérationnelle, **FOURMI VERTE**

12h-12h45

Regard sur...

La Poste : comment réussir en faisant cavalier seul ?

- Comment développer des synergies entre les points de vente physiques et les autres canaux ?
- Quelle communication pour quelle visibilité ?
- La carte Genius : pourquoi la matérialisation des services par une carte ?
- ➔ Monique COSSON, Directrice Marketing et Communication, Direction de Marché Services à la Personne, **Groupe LA POSTE**

Déjeuner d'échanges

Partenariat, Prix et Gestion de la Marque : quels sont les secrets de la rentabilité ?

14h15-15h

Économie sociale : quel est l'apport de « l'acteur historique » ?

- Quelle est la légitimité des acteurs de l'économie sociale sur le marché des services à la personne ?
- Comment concilier l'action en direction des personnes dites fragilisées et l'action tout public ?
- Focus sur France Domicile : quelle est la logique de partenariat, pourquoi choisir une enseigne, comment intégrer cet outil dans le positionnement et la stratégie de l'association ?
- ➔ Pierre DEMORTIÈRE, Directeur du Développement, **UNA**

15h-15h45

Regard sur...

Bien-Être Assistance : comment développer des synergies avec son partenaire ?

- Quels sont les moyens à partager pour optimiser le partenariat ?
- Comment sélectionner les prestataires ?
- La mise en commun des réseaux permet-elle une couverture nationale ?
- ➔ Johann VAUCANSON, Directeur Général Bien-Être Assistance, **ACCOR SERVICES ET EUROP ASSISTANCE**

Pause

16h15-17h

Tarif : rester réaliste ! Comment élaborer sa stratégie prix ?

- Quels sont les éléments de différenciation de la marque ?
- Le prix est-il l'unique levier de rentabilité ?
- Comment communiquer sur son positionnement prix ?
- ➔ Florence BEAUFILS, Responsable Développement Santé et Services à la Personne, **MONDIAL ASSISTANCE**

17h-17h30

Regard sur...

Le Crédit Agricole : lancement de deux enseignes, comment éviter la cannibalisation ?

- Comment se différencier à partir de mêmes moyens (plate-forme d'accueil unique) ? Qu'en est-il des résultats pour 2007 ?
- Les projets 2008 : la commercialisation de l'offre au niveau national et l'ouverture à d'autres services sont-elles toujours d'actualité ?
- ➔ Patrick DEGIOVANNI, Directeur Général Adjoint, **PACIFICA**

2^{ème} jour

MERCREDI 4 JUIN 2008

8h45 : Accueil des participants

9h-9h15 : Introduction par Jean-Noël Lesellier,
Expert du marché

Communication et Stratégies de développement : quelle politique pour quel impact ?

9h15-10h

Fini le ménage, à vous le temps libre ! Comment vendre un art de vivre ?

- Quelle est l'évolution de la communication sur le marché des services à la personne ?
- Quel plan de communication mettre en place pour améliorer la visibilité de l'offre et du prix ?
- ➔ Arnaud RICHARD, Directeur Associé, **AGENCE CHEZ-VOUS.COM**

10h-10h45

Regard sur...

Besoin d'un coup de main ? Les Petits-fils sont là ! Zoom sur une communication originale

- « La compétence d'un professionnel, l'esprit d'une famille » : comment la communication peut permettre la différenciation ?
- Quels sont les outils de communication qui viennent renforcer l'image de compétence professionnelle ?
- ➔ Pierre GAUTHEY, Directeur Associé, **PETITS-FILS SERVICES AUX GRANDS-PARENTS**

Pause

11h15-12h

Regard sur...

Stratégie de marque d'Acadomia : comment devenir une référence sur le marché ?

- Comment gagner la confiance des consommateurs tout en assurant une certaine proximité ?
- Qu'en est-il des résultats de la campagne de communication 2006 - 2007 ?
- ➔ Philippe COLÉON, Directeur Général, **ACADOMIA**

12h-12h45

Regard sur...

Viadom : une stratégie en étoile à partir d'un noyau classique

- Comment le positionnement sur une niche a permis à l'entreprise de se développer ?
- Comment commercialiser du service de proximité : travail de réseau local ou communication via les grands médias ?
- ➔ Christian LEHR, Président Directeur Général, **VIADOM**

Déjeuner d'échanges

Business Model, Professionnalisation et Qualité : la réponse des experts !

14h- 14h45

Regards croisés :

Quels sont les modèles économiques les plus performants ?

- Quels sont les critères incontournables à prendre en compte dans l'élaboration du business model ? Analyse des business models existants : enseigne nationale, association et entreprise.
- Quelle solvabilisation de la demande ? Quels sont les indicateurs de gestion à mettre en place ? Quels sont les premiers enseignements à tirer ?
- ➔ Philippe RAMBAUD, Président, **DOMISERVE**
- ➔ Guillaume RICHARD, Président Directeur Général, **O2**
- ➔ Jacques MANARDO, Président, **FESP**
- ➔ François EDOUARD, Secrétaire Général, **FNAAFP/CSF**

15h15- 16h

La professionnalisation des acteurs, un enjeu majeur

- Que faut-il proposer : formation initiale et/ou formation continue ? Quelle est la place de l'apprentissage et des contrats de professionnalisation ?
- Quel est l'impact de la formation des dirigeants sur la structure ?
- Qu'en est-il de la négociation de la convention collective ? (Avec le soutien de C. Lehr, Négociateur officiel)
- ➔ Jean-Noël LESELLIER, Expert

Pause

16h15-16h45

Qualité : la certification se mérite ! Comment la façonner progressivement ?

- Certification Qualicert : outil de professionnalisation
- La démarche : une certification adaptée à votre organisation
- Consolidation des retours d'expérience : points forts et points faibles des audits
- ➔ Noémie BONNAY, Responsable Développement Produit, **SGS-ICS**

Regards croisés :

Comment faire face à la pénurie de main d'œuvre alors que la demande augmente ?

- ➔ Françoise SENTILLES, Directrice Marketing, **ANPE**
- ➔ Schéhérazade OUZIT-MEZIAN, Directrice, **FÉDÉRATION DES ASSOCIATIONS ADMR DE PARIS**
- ➔ Jacques MANARDO, Président, **FESP**
- ➔ Marie-Béatrice LEVAUX, Présidente, **FEPPEM**
- ➔ Richard CORNELIS, Chargé de Mission « Services à la Personne », **COORACE**

Elaborer un marketing mix gagnant

3^{ème} jour

JEUDI 5 JUIN 2008 - 695 € HT

optionnel



Gérard LOUYAT

Directeur Général d'**AEGIR Consulting et Spécialiste en Stratégie et Management Marketing des Activités de Services.**

20 années d'expérience en qualité de Conseil aux Entreprises du secteur privé et public ainsi que du monde associatif.

Gérard Louyat est le co-auteur des ouvrages « La Qualité de Service » et « Les Services à la Personne » (Afnor Editions).

Objectifs

- **Concevoir et mettre en œuvre** un marketing mix spécifique pour une meilleure allocation des ressources
- **Optimiser la commercialisation** et le **déploiement** du dispositif de l'offre
- **Mettre en place des outils de mesure** de la performance et de la satisfaction client

Maîtriser la spécificité du marketing mix dans le cadre des services à la personne

- Pourquoi est-il nécessaire de mettre en œuvre une approche marketing distincte ? Appréhender les fondamentaux et la spécificité du marketing des services
- Comment gérer un marketing mix revisité et étendu ? Des « 4P » aux « 8P » : Produit, Prix, Promotion, Place, « Post Sales », Partenariat, Personnel, Proximité

Concevoir, Lancer et Déployer une offre de service

- Comment relever le défi du modèle économique des offres de service ? Etablir une typologie de services et mettre en œuvre des offres économiquement viables
- Quels sont les éléments d'une commercialisation efficace ?
- Comment mettre en place un dispositif de déploiement de l'offre efficace ?

Piloter et Évaluer l'activité de service

- Comment mesurer la performance de l'entreprise ? Gérer son activité de services fondée sur un système global
- Comment évaluer la satisfaction client ? Suivre la qualité du service rendu et la perception du service vécu par le client

Cas pratiques

Chaque exposé sera étayé par des illustrations de cas d'application de services des secteurs B2C, B2B et notamment Services à la Personne

LES +

- Parfaite **maîtrise du sujet** par LE spécialiste des Services à la Personne :
 - * « Exposé clair et précis »
Isabelle C., Responsable Marketing
 - * « Une vision complète du marketing management des services. Bravo ! » - Sabine H., Responsable de Projets
- Les participants sont invités à préparer la synthèse de leur projet : contexte, objectifs, protagonistes, résultats visés et/ou réalisés, particularités.

INSCRIVEZ VOUS

INTERNET

inscription@reedbusiness.fr

PAR COURRIER

2, RUE MAURICE HARTMANN
BP 62 - 92 133 ISSY LES MOULINEAUX

OUI, je m'inscris à la conférence :

Le Marketing des Services à la Personne

2 jours de conférence :

Les 3 et 4 Juin 2008 (BJ01/00)

Tarif : 1 395 €HT (soit 1 668,42 € TTC)

→ Tarif Associations : 995 € HT soit 1 190,02 € TTC

La journée spéciale de formation :

« Élaborer un marketing mix gagnant »

Le 5 Juin 2008 (BJ01/F1)

Tarif : 695 €HT (soit 831,22 € TTC)

2 jours de conférence et 1 journée de formation

Pass 3 jours : 1 695 €HT (soit 2 027,22 € TTC)



**A partir de 2 jours d'inscription, 1 an d'abonnement*
au magazine Stratégies et à la Newsletter quotidienne !**

Vous êtes déjà abonné à Stratégies... faites bénéficier de cette offre
l'un de vos collaborateurs ou l'une de vos relations !

Merci de préciser ses coordonnées ci-dessous :

M. / Mme

Fonction

Société (si différente)

Adresse

.....

Tél Fax

e-mail

(pour recevoir Stratégies Newsletter)

* Votre abonnement d'un an prendra effet 1 mois après participation effective et règlement de la formation. Pour plus d'information sur votre suivi, contacter notre service Abonnements au 02 37 29 69 30 ou abonne@strategies.fr

J'accepte de recevoir des informations de Stratégies : par fax par mail

Je suis : participant responsable du suivi de l'inscription

Participant

M. / Mme

Fonction

Service

Tél Fax

e-mail

Société

Raison sociale

N° TVA intra communautaire

Adresse

Code Postal Ville

Tél Fax

Activité de la société

Code NAF

Effectif à l'adresse de 100 101 à 200 201 à 500 501 à 1000 + de 1000

Nom de votre Directeur Marketing

Votre établissement est-il le siège social ? oui non

Le(s) soussigné(s) accepte(nt) les conditions d'inscription ci-dessous

Cachet et signature

À, le

Le code référence Air France qui vous permet d'obtenir des tarifs préférentiels sur un vol aller-retour en classe économique et affaires.

→ **Hébergement**

Pour réserver votre chambre d'hôtel, contactez la centrale de réservation BBA par tél. : 01 49 21 55 90, par fax : 01 49 21 55 99, ou par e-mail : solution@netbba.com, en précisant le code de réservation RBI.

→ **Conditions d'Annulation**

Jusqu'à 14 jours calendaires avant le début de chaque session, le remboursement des droits d'inscription se fera sous déduction d'une retenue de 10% des frais de participation dans la limite de 180 € HT (215,28 € TTC) pour frais de dossier. Après cette date, les frais de participation resteront dus en totalité, mais les participants pourront se faire remplacer. Toute annulation devra être confirmée par écrit : un accusé de réception vous sera adressé par retour. Les organisateurs se réservent le droit de reporter la formation et de modifier le contenu de son programme si des circonstances indépendantes de leur volonté les y obligent.

→ **Engagement de Qualité**

Stratégies applique à l'ensemble de ses manifestations des principes rigoureux de qualité. Si vous estimez qu'une manifestation n'a pas répondu à vos attentes, notre Service Client se tient à votre disposition, vos remarques seront prises en compte et une proposition vous sera faite dans les meilleurs délais. Tél : 01 46 29 23 81 / Fax : 01 46 29 68 29.

→ **Lieu des formations**

Le lieu exact vous sera précisé sur votre convocation, environ 4 semaines avant la date du stage.

→ **Conditions d'inscription**

Les frais de participation comprennent : la formation, le support pédagogique, les petits-déjeuners, les pauses et déjeuners. À réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une facture qui tient lieu de Convention de Formation Simplifiée.

Conditions et moyens de paiement

- par virement bancaire à notre banque CIC OUEST, libellé au nom de RBI, compte n° 30066 10947 00010064801 32

- par chèque à l'ordre de Reed Business Information - Comundi.

Le règlement doit obligatoirement être effectué avant la formation. Pour les organismes soumis au code des Marchés Publics, la facture leur sera communiquée après la formation. À compter de cette date, le règlement devra être effectué au plus tard dans les 45 jours.

- Règlement par OPCA : il vous appartient de vérifier l'imputabilité de votre stage auprès de votre OPCA, de faire votre demande de prise en charge avant la formation et de l'indiquer explicitement dans le bloc "adresse de facturation". Si votre dossier de prise en charge ne nous est pas parvenu le 1^{er} jour de la formation, vous serez facturé de l'intégralité du coût du stage.

→ **Inscriptions multiples**

Vous vous inscrivez à plusieurs sur cette conférence : bénéficiez de -10 % sur la 2^{ème} inscription. Vous souhaitez obtenir un devis, contactez notre service commercial au 01 46 29 23 30 ou à l'adresse comundi@reedbusiness.fr

→ **Transport**

Vous souhaitez recevoir avec votre convocation :

Un fichet de réduction SNCF de 20% portant sur le billet Aller-Retour et la réservation.