

Guide du

Magasin Connecté



*Les conseils des experts aux Directions
Générales, Informatiques, Innovations
et métiers (Commerciale, Marketing et
Financière) du RETAIL*

*Quelles sont les solutions utiles ? Par
où commencer ?*

*Quelles sont les priorités
d'investissement pour 2016 ?*

Les guides Solutions d'Alliancy

Sur chaque édition, des conseils d'experts, des focus produits, des cas clients pour mieux sélectionner ses prestataires

PRINT

Intégré en cahier central du magazine, un guide sponsorisé de 12 pages réalisé conjointement avec la rédaction



Guide de la collaboration

Modifier

Recherche



20 solutions pour mieux collaborer en entreprise



Partage des savoirs, aide à la décision, efficacité opérationnelle, lien social...

A tous les niveaux de l'entreprise, la collaboration s'impose comme un modèle d'avenir d'animation des équipes. Mais sans outil, pas de participation ! Nous avons regroupé pour vous 20 solutions technologiques qui pourraient vous faciliter la vie au quotidien et vous aider à développer le « mieux collaborer » au sein de vos équipes.

Retrouvez dans ce guide interviews, cas clients et un focus sur les 20 solutions incontournables pour mieux collaborer en entreprise.

Prénom *

Nom *

Adresse e-mail *

Fonction *

Société *

Vous souhaitez en savoir plus sur *

- ☐ Communications unifiées
- ☐ Réseaux sociaux d'entreprise
- ☐ Organisation
- ☐ Productivité
- ☐ eLearning
- ☐ Visioconférence

Télécharger le guide

ESPACE ABONNÉS

☐ S'abonner

☐ Archives



JE M'ABONNE
à la newsletter



Management

Le numérique dope la collaboration



Les dîners de la rédaction

En savoir plus

WEB

Mise au téléchargement du guide sur alliancy.fr et remise des contacts utiles au sponsors sur leur catégorie d'analyse/solutions

Le Guide du Magasin Connecté

Un thème éditorial clé

L'innovation en faveur de l'expérience client et du parcours d'achat impose de faire toujours plus travailler distribution physique et e-commerce main dans la main. Si le Web lorgne sur de nouveaux services inspirés par le commerce de détail traditionnel, les acteurs du « brick and mortar » suivent depuis des années le chemin inverse, en digitalisant leurs points de vente à tout va. Jusqu'où aller sur le chemin de la convergence, sur le « phygital » ?

Nouvelle connaissance client, logistique, gestion des transactions, terminaux connectés et « flagships » suréquipés... quels sont les points clés à suivre pour le commerçant connecté ?

Ce guide vise à éclairer sur les bonnes pratiques utiles pour amorcer ou renforcer la digitalisation de son point de vente.

7 thèmes phares qui font le tour des services numériques à apporter au magasin

- 1/ Connaissance client liée à l'accueil ou au SAV
- 2/ Animation Marketing et fidélisation
- 3/ Accompagnement des conseillers commerciaux
- 4/ Gestion des transactions et back-office financier
- 5/ Chaîne logistique des approvisionnements à la livraison
- 6/ Analytics reporting et prédictif
- 7/ Equipements physiques innovants, depuis les infrastructures, la connectivité jusqu'au mobilier

Parution

- dans la version print en cahier central numéro d'octobre
14.000 ex / Salons e-commerce du 2^{ème} semestre
- dans la version web – en téléchargement sur alliancy.fr/push sur les réseaux sociaux

**Date de bouclage commercial
le 18 septembre**

Date de parution : octobre

Les formats de prise de parole

Sponsoring d'une catégorie avec une prise de parole pleine page et visibilité renforcée

Présence d'une colonne solutions dans une rubrique

Quand les entreprises laissent les pirates tirer parti des avantages mis à leur disposition

La célèbre cyberattaque sur TVS Monde pourrait être l'œuvre de pirates beaucoup moins expérimentés que l'on ne le pense. En cause, des « tickets d'entrée » pour devenir un agresseur toujours moins chers, des « kits clés en main » pour mener des cyberattaques, ou encore l'automatisation de l'exploitation des failles répandues. Cyberwatch détaille comment les pirates tirent parti des informations que les autorités mettent à disposition des entreprises... et que celles-ci n'utilisent pas. » D.M

« Si les entreprises ont accès aux alertes pour se protéger, les pirates les consultent quant à eux pour améliorer leur arsenal. »

Maxime Aloy-Edine, président, Cyberwatch

En 2014, les autorités comme l'Agence Nationale de la Sécurité des Systèmes d'Information (ANSSI) ont publié près de 1000 alertes sur les failles informatiques. Ces alertes répertorient la liste des « vulnérabilités connues » : ce sont des failles dans les logiciels les plus répandus, tels que les systèmes d'exploitation ou les sites Internet utilisés par les professionnels. Ces alertes, publiées, contiennent les détails sur les vulnérabilités, avec les méthodes d'attaque et les préconisations pour s'en protéger. Ces listes de vulnérabilités aident ainsi les autorités à lutter contre les cyberattaques en informant les utilisateurs de leurs risques informatiques, et en indiquant comment se défendre. Pourtant, les statistiques montrent que ces alertes ne sont pas suffisamment suivies par les entreprises : sur un échantillon de 6000 serveurs vulnérables à la faille Heartbleed, les experts d'InfoSec Security ont prévu en 2014 que 300000 n'auraient toujours pas été protégés plus de deux mois après la publication de l'alerte. Cette faille majeure permettait de voler des données sensibles sur les serveurs, comme les mots de passe et codes de cartes bancaires. Or la protection contre Heartbleed est une opération simple décrite par les autorités : le problème vient donc des délais d'acceptation des alertes, mais dans le fait que trop peu d'entreprises les consultent et appliquent les recommandations. Si les entreprises ont accès aux alertes pour se protéger, les pirates les consultent quant à eux pour améliorer leur arsenal. En septembre 2014, le groupe Security a ainsi montré que les pirates sont capables de créer des robots d'attaque automatisés et de scanner Internet à la recherche de serveurs vulnérables moins de 24 heures après publication par les autorités. Heureusement, les entreprises disposent d'outils pour mieux se protéger contre les failles. Les plus répandus sont les scanners de vulnérabilité comme Nessus ou Nessus, qui détectent si un serveur est concerné par une alerte de sécurité. En cas de problème détecté, le scanner donne un lien vers les préconisations des autorités. L'utilisateur doit néanmoins effectuer lui-même l'opération de correction, ce qui demande quelques compétences en informatique. Plus récemment, de nouveaux outils plus complexes émergent : les correcteurs de vulnérabilité. Ceux-ci détectent directement les correctifs de sécurité appropriés contre chaque menace. Ces solutions sont particulièrement intéressantes pour les entreprises qui souhaitent passer plus de temps sur le traitement des vulnérabilités, ou qui ne disposent pas d'un service informatique en interne.

Ne pas confondre vulnérabilité et virus

Contrairement à ce que l'on peut penser, les logiciels et services ne présentent pas contre les vulnérabilités informatiques. Les pirates profitent de cette erreur commune pour étiqueter des choses qui ne sont pas vulnérables.

Pour se protéger contre les vulnérabilités, il faut connaître l'ensemble des technologies utilisées dans son entreprise et suivre les alertes des autorités ou utiliser des outils de correction automatique.

Guide de la cybersécurité

1 pleine page d'analyse + présence logo en couverture et sur le web + fichier des contacts utiles

Communications unifiées

Kurmi Software, le spécialiste de la gestion des communications unifiées

La communication unifiée (UC) vise à améliorer les interactions entre clients, partenaires et collaborateurs. Sa gestion doit fournir le bon outil à la bonne personne, au bon moment. Les interfaces natives, devenues complexes et se démultipliant au gré des éléments qui composent l'écosystème UC, la rendent éparpillée, aggravée par l'implémentation de plusieurs constructeurs ou éditeurs, et combinée à la trivialité d'une grande partie des interventions, rendent difficile le maintien d'un bon niveau de support.

Fondée en 2007, après une incubation réussie au sein de H3J, société de conseil et de réalisation logicielle, fondée en 2002, Kurmi Software fournit les outils pour industrialiser, simplifier, déployer et intégrer le processus de management UC au sein des entreprises et opérateurs de services UCaaS. Sa conviction est que les UCs, véritables garants d'une utilisation optimisée des ressources humaines, doivent pouvoir disposer de solutions puissantes, évolutives et adaptées pour activer, déployer et gérer au quotidien des bouquets de services destinés aux utilisateurs.

Et ce, en toute indépendance des solutions techniques déployées et de l'infrastructure choisie. Kurmi Software a pour vocation d'offrir les entreprises et opérateurs de services dans le monde entier, en France, les outils et services qui leur permettent de construire la solution la plus adaptée pour tirer pleinement parti de leurs ressources numériques.

Hub One, détecteur d'innovations

Hub One, groupe de services en technologies de l'information et de la communication, propose depuis 2011 une offre de communications unifiées en mode Cloud. Basée sur l'infrastructure virtuelle Miel, celle-ci facilite la collaboration, les usages en situation de mobilité et le travail à distance, auxquels elle apporte flexibilité et productivité.

Enrichie de nouvelles fonctionnalités collaboratives (messagerie instantanée, gestion dynamique des disponibilités, visioconférence) et mobiles (convergence fixe-mobilité, numéro unique), elle s'appuie sur une seule interface utilisateur pour tous les terminaux (PC, smartphone, tablette).

« Chaque collaborateur dispose alors des services selon ses besoins : téléphonie, visioconférence, conférence web, messagerie instantanée, numéro unique fixe-mobilité... Le service, facturé mensuellement selon les types de profils utilisateurs actifs, est accessible via le réseau privé virtuel (VPN) en mode IP. L'abonnement sécurise l'accès à l'offre de services. Cette solution a reçu en 2012 le prix du meilleur service Cloud au World Communication Awards. Business Together se a Service compte parmi ses nombreux clients l'entreprise de prêt-à-porter Camelia, la société de conseil en infrastructures et réseaux Decathlon.

Avec Business Together se a Service d'Orange, collaborer, réseau partout dans le monde

Lancée en France dès 2011 par Orange Business Services, c'est la première offre de communications unifiées et de collaboration dans le Cloud, destinée aux moyennes et grandes entreprises de tous secteurs, basée en France et à l'international. C'est une solution évolutive ne nécessitant aucun investissement, dont l'exploitation et les mises à jour sont gérées par Orange. Les données sont hébergées dans les datacenters hautement sécurisés d'Orange Business Services (hébergés en France et dans le monde). Grâce à un portail web, l'administration de la solution dans l'entreprise se fait à distance. L'entreprise attribue à chaque collaborateur l'un des profils utilisateurs pré-configurés et les droits d'accès (messagerie, téléphonie, visioconférence, etc.).

Pour répondre aux besoins futurs de ses clients, la cellule innovation a mis en place une démarche itérative sur la base d'ateliers de veille et de co-développement. Ces lieux d'échange, sur les nouveaux usages, visent à donner naissance aux services de demain. Parmi leurs champs d'investigation : l'évolution du poste de travail qui explore les possibilités du BYOD, des réseaux sociaux d'entreprise et de la télé-présence.

Kurmi Stages UC in a cloud

Hub One Un monde d'Orange

Orange Business Services

IV Guide de la cybersécurité

1 colonne solution avec logo

Les formats détaillés

*Le comptage des signes inclut les espaces

Sponsoring d'une catégorie avec prise de parole pleine page et visibilité renforcée

- Logo sur la couverture du guide et la page de téléchargement du guide.
- Contribution prise de parole sur une analyse du sponsor co-construite avec la rédaction
 - Catégories : Connaissance client / Animation Marketing et fidélisation / Accompagnement des conseillers vendeurs / Gestion des transactions et back-office financier / Chaîne logistique / Analytics reporting et prédictif / Equipements physiques*
 - *Echange avec la rédaction sur le thème d'analyse*
 - *Réponse de 3000 signes* rédigée par le sponsor*
- Mise à disposition des contacts utiles générés sur les téléchargements du guide sur la catégorie choisie

7 K€

Offre Early bird 6K€ pour un engagement avant le 30 juillet

Présence d'une colonne solutions dans une catégorie

- Catégorie sélectionnée par la rédaction
- Texte rédigé par la rédaction de 1500* signes hors titraile à partir de vos contenus
- 1 logo présent en bas de colonne uniquement

2,5 K€

Offre Early bird 2K€ pour un engagement avant le 30 juillet

Possibilité d'intégrer une illustration > implique la réduction du texte

Nos partenariats

Pour une visibilité renforcée sur votre cœur de cible

Partenariats :

Café du e-Commerce

- ⇒ Push de la version téléchargeable du guide sur les 1300 abonnés Twitter
- ⇒ Lien du guide en téléchargement envoyé sur une base de 10 000 contacts

Les meeting e-commerce 12 & 13 octobre

- ⇒ E-mailing dédié à la parution du guide sur l'ensemble des participants

Commerce connecté show 27 & 28 octobre

- ⇒ Diffusion du magazine sur le salon

Roomn 8-9-10 mars 2016

- ⇒ Diffusion de magazine sur le salon



En cours de négociation :

E-commerce Paris (Septembre)

VAD Conext (Octobre)

Equipmag (septembre 2016)



Les éléments à nous remettre

Pour le sponsoring du Guide

Votre proposition de thème de contribution :

Utile pour co-construction de votre contribution (250 signes)

- ☐ Thème de votre analyse
- ☐ Choix d'une catégorie (parmi les 7 énoncées en slide 3)

Logo et illustration :

- ☐ Logo de l'entreprise
- ☐ Photo de l'expert

Infos à usage interne :

Votre expert sera contacté en direct par la rédaction pour définir l'angle de la contribution

- ☐ Contact de l'expert : Nom prénom - Fonction exacte - Tél direct - Email
- ☐ Produit / Service phare de l'entreprise
- ☐ Documentation ou lien d'info sur ce produit / service

Validation du contenu sous format word et livraison du BAT

Données techniques :

- Logo et illustration Format qualité HD vectorisé - CMJN - 300 dpi minimum
Merci de préciser si une charte graphique spécifique s'applique à l'utilisation de votre logo

Pour la colonne solutions

Des contenus sur l'offre :

- ☐ Fiche produit
- ☐ Lien web
- ☐ Dernier communiqué de presse
- ☐ Cas client...

Logo et illustration :

- ☐ Logo de la solution ou de l'entreprise qui apparaîtra en bas de colonne
- ☐ Illustration optionnelle - peut s'insérer dans la colonne si souhaité

Validation du contenu sous format word - Pas de BAT

Données techniques :

- Logo et illustration Format qualité HD vectorisé - CMJN - 300 dpi minimum
Merci de préciser si une charte graphique spécifique s'applique à l'utilisation de votre logo

**Deadline de remise des éléments
techniques : 18/9**

Pour aller plus loin

Transformez votre audience en contacts commerciaux sur les événements de la rédaction

Le Dîner-Débat de la Rédaction « Retail »

Partagez, dans un cadre inattendu, un moment de rencontres privilégiées avec votre cœur de cible high-level

- angle à définir avec les partenaires
- date : novembre/décembre 2015
- 15 participants triés sur le volet

Le Brief de la Rédaction « Retail »

Présentez votre solution sur un petit déjeuner thématique et confrontez votre vision avec un client et l'invité de la rédaction

- date : novembre 2015
- 25 participants opérationnels, cœur de cible



Retrouvez tous les événements de la rédaction : alliancy.fr/events-de-la-redaction
dont le Dîner-Débat organisé sur le thème « Retail et Innovation : quand les DSI rêvent de tout réinventer »

Publicité et Evénements

Elodie Crouzal
+33 (0)1 42 66 05 10
ec@alliancy.fr

Nadia Naciri
+33 (0)1 42 66 05 11
nn@alliancy.fr

