

De: ESLSCA Alumni Association <webmaster@alumni-eslsca.com>
Envoyé: mardi 9 février 2016 12:25
À: jlris@noos.fr
Objet: ESLSCA Alumni Association - Newsletter février

PARIS BUSINESS SCHOOL
eslsca
Alumni Association

Newsletter N°5

Février 2016

- Retour sur la soirée

Spécial Class Numérique

Master du

Retour sur la soirée

VIF SUCCES



POUR LA MASTER CLASS DU NUMERIQUE

Avant de vous livrer quelques extraits sur le fond du sujet de cette conférence, faisons un petit tour en coulisses.

Il y a bien longtemps que l'on n'avait pas vu ça !

150 personnes âgées de 17 à 77 ans, réunies dans un même lieu, cet amphithéâtre de Grenelle, imprégné de nos souvenirs d'étudiants, un mardi soir de février.



Voici la recette du succès



1. Prendre une figure emblématique du réseau des anciens

Pour cette 1^{ère} Master Class de l'année, nous avons un invité de marque **Xavier Court**, (promo 89) **co-fondateur de vente-privée** (VP pour les habitués), Elu personnalité e-commerce de l'année 2013, Vice Président de la Fédération du e-commerce (Fevad) et Administrateur de e-commerce Europe.

Internet, digital, économie numérique, innovation, start-up, transformation...

2. Choisir un sujet d'actualité

« La transformation numérique du commerce de luxe ».

- le MBA Luxe incarné par Michel Hayoun, son responsable et initiateur de cette soirée, et ses étudiants,
- le Club Luxe porté par Jean-Louis Reydellet de Sales et Aude de Chitray,
- le réseau des anciens.

3. Mobiliser les troupes

4. Trouver un lieu symbolique

L'amphithéâtre de Grenelle.

5. Inviter un large public

- Des étudiants et professeurs de Paris ESLSA Business School: MBA Luxe, Trading, Finance et de l'EGE.
- Des étudiants de la Licence Professionnelle Commercialisation des Produits de Luxe de l'IUT de Saint Denis, accompagnés de leur professeur et Responsable Nathalie Landré Promo 2002.
- Des anciens
- Des professionnels du secteur avec l'équipe E commerce Hermès.

La soirée peut commencer !

Après les présentations et remerciements d'usage, place à notre orateur.

Xavier Court, à l'allure sympathique et décontractée, a tout de suite su capter son auditoire par son enthousiasme et sa spontanéité. Il est venu nous exposer son point de vue sur la transformation numérique du commerce de luxe. Un exposé clair et passionnant sur la réussite d'une entreprise française qui a su se hisser à la hauteur des plus grandes start-up américaines.



La lente E volution des marques de luxe

Si la plupart des marques de luxe ont largement investi le digital (sites Internet, publicité et réseaux sociaux) pour diffuser leur communication, elles sont encore peu nombreuses à se lancer dans la vente en ligne.

Comment faire coexister les valeurs d'exclusivité et d'exception associées au luxe à l'effet de masse, de proximité introduit par le digital ?

C'est là, un paradoxe auquel les marques de luxe doivent répondre aujourd'hui.

En effet, elles sont encore partagées entre la nécessité de s'adapter aux nouveaux modes de consommation, de répondre aux exigences toujours plus fortes de l'ATAWAD (Any time, Anywhere, Any device) de la nouvelle génération et le besoin de protéger leur statut, d'affirmer leur prestige et leur sélectivité.

Mais comme nous l'a démontré Xavier Court, au travers de ses nombreux exemples, et de belles réussites, le risque pour ces marques serait d'opposer le commerce au E commerce. Il faut faire 'sauter' la barrière du E et plutôt se focaliser sur l'expérience client. Intégrer le digital dans le parcours client, là où il peut lui faciliter la tâche, éviter l'effet de frustration ou encore calmer les 'irritants' comme l'attente en caisse par exemple, permet d'offrir une expérience INOUBLIABLE et contribue à renforcer l'attachement à la marque. C'est la logique de l'expérience sans couture.

Un temps privilégié pour les échanges

La qualité des questions qui a suivie l'intervention de Xavier Court et les échanges avec les étudiants et les professionnels sont venus enrichir cet exposé.

La soirée s'achève ainsi, en laissant un public conquis. Gageons que cette conférence aura insufflé de bonnes idées d'entreprenariat à nos étudiants.

Qui est Vente-privée ?

A cette question, Xavier Court vous répondrait, « C'est la marque préférée des français. »

En effet, avec plus de 3000 marques partenaires en Europe, dans les univers de la mode, la maison, le voyage, la table, le vin ou encore les loisirs, il peut être fier de cette réussite.

vente-privee

Un concept novateur

Spécialiste depuis plus de 20 ans du déstockage, vente-privee.com est le créateur des ventes événementielles sur Internet. Ces ventes limitées dans le temps ont permis d'initier un nouveau mode de consommation.

Vente-Privée qui fêtera bientôt ses 15 ans, en observateur avisé de la concurrence, de permanentes nouvelles idées, est bien loin d'arriver au terme de cette formidable aventure.

Les soucis d'excellence, d'imagination dans tous les domaines sont les moteurs de son succès grandissante.

Vente-privée en quelques chiffres :

N° 1 des ventes événementielles en ligne

3500 collaborateurs

30 Millions de membres en Europe

200 000 Colis par jour

Le point de vue des étudiants du MBA Luxe Eslsca sur cette conférence

« J'ai été très intéressée par le thème de l'intervention : le digital dans le monde du luxe, totalement en phase avec notre master et les innovations dans le thème du luxe. » Ophélie Toulet

« Très bonne conférence. J'ai aimé la nouvelle vision du E-commerce de nos jours et son importance dans le futur. Pour nous, futurs marketers, la conférence nous a ouvert différentes pistes à explorer dans la digitalisation du Luxe. » Induja

« La conférence était dynamique et enthousiaste, Mr Xavier Court a présenté la transformation du luxe d'un point de vue numérique avec une analyse et des illustrations très intéressantes. » Mélody

et celui des étudiants de la LPCP Luxe de l'IUT de Saint-Denis

« J'ai trouvé, personnellement, cette conférence de monsieur Xavier Court, organisée par l'ESLSCA très instructive et intéressante. Elle nous a permis de comprendre le point de vue et le positionnement du site marchand Vente Privée sur le rapport entre l'e-commerce et le commerce, ainsi que l'importance du digital dans le développement des enseignes du Luxe. Ancien étudiant de l'ESLSCA, il a su parfaitement représenter l'efficacité de l'école à travers cette conférence en donnant à plus d'un l'envie de suivre ce chemin. » Chehrazad Zeghoudi

« Étudiante en commerce de luxe, je me demandais comment les marques de luxe devaient approcher le numérique alors qu'il est aujourd'hui au cœur des réflexions. Pour Xavier Court, le e-commerce doit être approché de la même manière que le commerce traditionnel en magasin, tous deux étant étroitement liés, voire indissociables. C'est avec un grand intérêt que j'ai écouté Xavier Court nous faire part de ses connaissances et expériences, en tant que fondateur de Vente Privée mais également en tant que client du luxe. Merci à l'ESLSCA d'avoir permis cette rencontre chaleureuse et enrichissante. Encore merci à vous de nous avoir invités à cette conférence au cœur de l'actualité ! » Clémence Longuet

« L'intervention de Mr Xavier Court, ancien élève de l'ESLSCA fut très profitable. Sa présentation était claire, détaillée et très bénéfique puisqu'elle nous a permis de développer nos connaissances en matière de commerce et de marketing en ligne, notamment en ce qui concerne le secteur du luxe. Manager charismatique, Mr Court nous a apporté une vision plus claire sur une société où le commerce digital est en pleine croissance. L'histoire de Vente Privée est une réelle source d'inspiration pour les futurs cadres. » Amel El Kadouri

Les mots de remerciements

« Merci encore de ton implication et du temps que tu as bien voulu nous consacrer. C'est grâce à des interventions comme celle ci, que l'Eslsca pourra rapidement retrouver tout son éclat. Tous mes remerciements vont aussi à Jean Louis Reydellet et Pascal Monier qui n'ont pas ménagé leurs efforts et ont permis de faire de cette soirée un succès. » Gérard Commerot, Président AAE.

« Les étudiants et anciens de l'Ecole de Guerre Economique, groupe ESLSCA, ont aussi particulièrement bien apprécié la conférence, pragmatique, opérationnelle. Grand Bravo!» Charles Pahlawan, Directeur adjoint Ecole de Guerre Economique.

« Au nom de l'ensemble des étudiants de Paris ESLSCA Business School, actuels et anciens élèves, je tiens à vous féliciter de la grande qualité de votre Conférence de Mardi dernier relative au Digital dans le Luxe, abondamment illustrée par votre magnifique aventure industrielle que vous avez construite en 14 ans avec VENTE PRIVEE et permis la création de 3500 emplois. » Georges Castel, Directeur des Etudes, Paris ESLSCA Business School.

Résultats de l'enquête de satisfaction sur cet évènement

Intérêt général de la conférence	95,4% Très intéressante
Qualité de l'organisation	68,1% Satisfaisante
	68,1% Information générale
Intérêt principal d'avoir participer à cet évènement	22,7% Utilité immédiate
Et si c'était à refaire	90,9% Je reviendrais

Nous ferons encore mieux la prochaine fois, merci pour vos suggestions :

- Organiser un cocktail après la conférence pour poursuivre les échanges.
- Changer le rétro projecteur.



Lancement d'un nouveau MBA Spécialisé Marketing Digital, CRM, Startup à l'ESLSCA en septembre 2016

L'Eco Système Digital provoque une véritable révolution du Marketing des entreprises. L'accès à l'information que permet le digital, donne aujourd'hui le pouvoir au client. L'entreprise doit s'organiser pour gérer « l'omni Canal » et transformer sa stratégie de vente, sa communication, sa publicité...

Le programme de ce MBA Spécialisé est construit en collaboration avec les entreprises qui sont les plus avancées en matière de « Transformation Digitale ».

Quelques thèmes abordés : Parcours Client, DMP, MultiCanal, Social Media, Branding, Analytics, E-Commerce, Programmatique, Innovation, StartUp.

Yves-Charles Queroix, promo 73, Directeur du MBA Spécialisé Marketing Digital, CRM, StartUp

Le mot de la fin

Après cette belle soirée, le Club Affaires prendra le relais au mois de mars pour une nouvelle soirée Afterwork avec une autre figure emblématique du réseau mais chut... son nom ainsi que la date de l'événement, vous seront dévoilés sous peu.

Nous vous attendrons très nombreux.

Sabine Strock, Secrétaire Délégué à la Com'

Si vous souhaitez vous désabonner cliquez [ici](#)