

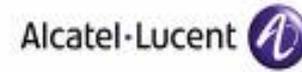
CLUB DES ACHETEURS DE PRESTATIONS INTELLECTUELLES

Achats de prestations web & digitales

- **Prochaine conférence du Mardi 24 mars 2015 :**

L'acheteur de Prestations Intellectuelles de demain : quelles missions ?

- Quelles organisations des services achats & quel marketing des achats PI?
- Achats de conseil et AMOA
- Gestion contractuelles : comment le mettre en place et quelles nouvelles pratiques contractuelles "agiles" ? (Cloud, SaaS,...)
- Labels fournisseurs Responsables dans les PI
- Performances des achats PI : quels outils, tableaux de bord, ROI ?

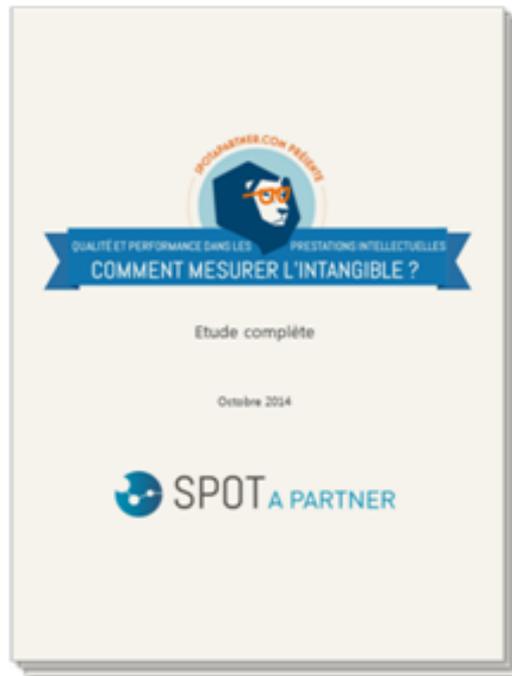


ArcelorMittal



Evaluation de la qualité et de la performance dans les prestations intellectuelles :

Comment mesurer l'intangible ?



100 pages d'étude

- La réponse de plus de 100 acheteurs à 50 questions sur leurs pratiques Achats
- 8 interviews complètes d'acheteurs détaillant leurs pratiques en termes d'évaluation des fournisseurs
- Un zoom sur la prise en compte de la RSE et de la capacité d'innovation dans les évaluations fournisseurs
- 10 fiches « Bonnes Pratiques » détaillées

Nouvelle étude



Collaboration entre

Startups et grandes entreprises

Quels freins, quelles bonnes pratiques ? Quel rôle pour les acheteurs dans ces initiatives ?

Les startups représentent une réserve d'innovation et d'agilité pour les grandes entreprises. De nombreux groupes et ETI s'intéressent à elles et initient de nouveaux modes de collaboration : relations commerciales préférentielles, investissement, incubation, actions communes... Les dispositifs sont nombreux, mais sont-ils efficaces ? Quelles sont les bonnes pratiques et comment les acheteurs peuvent-ils contribuer à détecter et enrichir ces opportunités de collaboration ?



Vous propose de participer à sa nouvelle étude

Guide pratique du BIG DATA à l'usage des acheteurs

Le Big Data : un « buzzword » utilisé dès qu'il s'agit d'analyser une grande quantité d'information concernant l'entreprise, mais qui recouvre un spectre très large de situations aux complexités variables... Quelles compétences recherche-t-on pour les projets rassemblés sous l'appellation « big data » ? En fonction du projet concerné, à quels acteurs du marché faire appel ? A qui s'adresser en priorité et sur quels critères sélectionner les meilleurs prestataires ?

- 9h – 10h : Franklin Brousse, avocat spécialiste NTIC
- Achats de prestations web, numériques et digitales :
 - Le point de vue de l'avocat
- ▶ 10h – 11h : tables rondes :
 - *Comment fonctionne une agence ?*
 - *Rédaction d'un cahier des charges fonctionnel ?*
 - *Construire un panel fournisseurs et adapter le sourcing*
 - *Evaluer les propositions : définir et utiliser les critères ?*
 - *Valérie Reynaud, expert Marketing Digital, professeur*
 - *Christophe ASSEMAT, Directeur Marketing STACI*

Achats de prestations web, numériques et digitales

Le point de vue de l'avocat

Contexte & Mise en perspective

+ Digital marketing = incontournable pour les directions marketing

+ Diversité des achats de digital marketing :

- Publicité en ligne
- Liens sponsorisés
- E-mailing et affiliation
- Site web
- Référencement
- Community management
- Conseil en stratégie digitale
- Data management
- Services d'analytics
- Tag Management
- Cookie Consent

Contexte & Mise en perspective

+ Diversité des acteurs

- Agences de communication traditionnelle
- Web Agency
- Pure player du marketing digital :
 - Retargeting : reciblage plus personnalisé s'appuyant sur des données de navigation individuelles
 - Analytics : Stratégie de collecte et organisation des données pour piloter et optimiser le marketing digital et acquérir/fidéliser les clients
 - Tag management : piloter le cycle de vie des tags e-marketing

+ Diversité des catégories de prestations :

- Achats d'espace
- Conseil pur
- Conseil + analyse à l'aide de technologies
- Fourniture d'une solution d'analyse ou de gestion de données (en mode SaaS)

Contexte & Mise en perspective

+ Diversité des typologies de contrats

- Contrat d'achat espace web (classique)
- Contrat de prestations de conseil
- Contrat de prestations + mise en œuvre d'outils par l'agence
- Contrat de licence de logiciels (à installer)
- Contrat de services en mode SaaS

+ Enseignement : un seul modèle type de contrat ne peut couvrir tous les différents types d'achats (*or c'est souvent la pratique actuelle ...*)

+ Première conséquence : inadéquation des modèles de contrat = des négociations qui durent ...

+ Difficulté en interne : achat conseil + achat techno (potentiellement le juridique, l'achat, le marketing et l'IT mobilisé ...)

Enjeux

+ Enjeux contractuels différents selon les contrats

- Définition du périmètre de la mission (conseil et/ou mise à disposition d'outils ou service en ligne tels que dashboard ou solution de tag management)
- Protection et localisation des données (vos données vs. celles des clients)
- Protection des données personnelles (le prestataire a t-il accès à des données personnelles – pas toujours)
- Propriété intellectuelle sur les livrables
- SLA (service + hébergement)
- Garantie technique
- Responsabilité
 - impact sur le fonctionnement d'un site web ou d'un SI
 - Impact des technologies tiers telles que Google
 - hébergement de données par le prestataire
- Obligation de moyens vs. obligation de résultat
- Propriété intellectuelle (cession et/ou licence) (? pertinence accès aux codes sources)
- Durées multiples : mission + services

Retours d'expérience

+ Retours d'expérience

- + Achat de marketing digital → achat IT
- + Inadéquation des modèles des CGA et des modèles de contrats marketing ou IT
- + Repenser les modèles pour les adapter aux différents types d'achat (conseil, outils, services)

- + Attentif au choix du prestataire :
 - Web Agency traditionnelle = faible valeur ajoutée technologique
 - Beaucoup de petites structures (risque de dépendance économique)
 - Privilégier les plus gros « pure player »

Avez-vous des questions ?

Actualités

+ *Derniers articles* : Comment anticiper les risques liés à une rupture des relations commerciales établies ? + Comment négocier les clauses pénalités et responsabilité ?

+ *Une offre sur mesure « Diagnostic – Amélioration – Accompagnement »*

+ *Objectif* : Augmentez le niveau de maturité et compétences contractuelles et juridiques de vos équipes

+ *Méthodologie* : Entretien, évaluation de compétences, recommandations, formation et accompagnement

+ *Bénéfices* : Devenir plus autonome, acquérir de bons réflexes dans la relation avec les fournisseurs, réduire son niveau d'exposition aux risques, accompagnement dans la gestion des problèmes du quotidien



Club des Acheteurs de Prestations Intellectuelles

- Lieu d'échange et de partage créé en 2003
- 60 responsables achats de prestations intellectuelles issus des grandes sociétés et organismes publics français
- Partage de bonnes pratiques, benchmark et retours d'expériences
- Institut de Formation : l'adhésion peut être prise en charge dans un budget formation

Numéro d'organisme formateur : 11921 78 61 92

CONVENTION DE FORMATION PROFESSIONNELLE (Article L. 6353-1)

CONTENU

- Cycle de 4 conférences annuelles
- Cycle de 4 petit-déjeuner thématiques
- 15 thématiques traitées chaque année
- Base documentaire pour les membres du Club <http://www.club-acheteurs.com>
- Séquences sur les techniques de négociations contractuelles d'achats de prestations intellectuelles
- Actualités du marché de la prestation
- Etudes, rapports, ouvrages sur l'achat de prestations intellectuelles
- Accès privilégié aux outils du Club

Retrouvez plus d'informations et témoignages sur le site www.wp-conseil.fr

Prochaine conférence plénière Mardi 24 mars 2015

L'acheteur de prestation
intellectuelles de demain : quelles
missions ?

L'adhésion est exclusivement réservée aux décideurs achats et en aucun cas à leurs prestataires et consultants.

WP-Conseil se réserve le droit d'invalider toute inscription ne respectant pas ces principes.