



SERVICES A LA PERSONNE

Les opportunités sur un marché en pleine expansion

*Les conditions de succès
de votre offre*



Journées animées par

Bruno Arbouet & Vincent Delpey
**AGENCE NATIONALE DES SERVICES
À LA PERSONNE**

Philippe Rambaud & Philippe Perrin
DOMISERVE

Véronique Boudy
ALTIME

Pierre Morlière
À DOMICILE SERVICES S.A.S.

Jean-Yves Roux Levrat
PC30

Gilles Duthil
SILVER LIFE INSTITUTE

Olivier Samuel
KORIAN SERVICES

Paul Tronchon
SAVEURS ET VIE

Gilles Campin
SÉRÉNA

Béatrice Boussard
CARREFOUR PROXIMITÉ FRANCE

Nicolas Gusdorf
**PLATE-FORME D'INTERMÉDIATION
FOURMI VERTE**

Vincent Huille
GAZ DE FRANCE

Damien Cacaret
DOMIDOM PRÉSENCE PLUS

Christian Fourreau
ADMR

Monique Cosson
GROUPE LA POSTE

- Analysez le potentiel de croissance du marché, ses opportunités
- Quels critères retenir pour la mise en place ou l'évolution de votre offre ?
- Nouveaux entrants : comment vous positionner ? Vous différencier ?
- Mesurez l'impact des différentes stratégies envisageables
- Bénéficiez des retours d'expériences des acteurs du secteur

Intervenants

-200 € HT

pour toute inscription
aux 2 jours reçue
avant le 16/11/2007



Le potentiel du marché des services à la personne

MARDI 29 JANVIER 2008

SERVICES
À LA PERSONNE



À qui s'adresse cette formation ?

Au sein des sociétés d'assurances, banques, mutuelles, institutions de prévoyance, caisses de retraite, assistants, sociétés de courtage, enseignes nationales de services à la personne, émetteurs de CESU, cette formation s'adresse aux :

- Responsables marketing, chefs de produits
- Responsables stratégie
- Responsables développements
- Responsables commerciaux
- Responsables financiers
- Et leurs collaborateurs...

Cette formation concerne aussi les décideurs au sein des collectivités locales et centres communaux d'action sociale.

8h45 Accueil des participants

L'évolution des services à la personne en 2007

9h00 Analyse du dispositif réglementaire

- Les aspects juridiques, sociaux et fiscaux
- Quels sont les services éligibles ?
- L'actualité du plan Borloo
 - Le poids et l'évolution des différents types de services : les chiffres clés, les nouveaux services...
 - Les précisions apportées par le décret du 14/05/2007
 - Les nouvelles structures agréées
 - La professionnalisation du secteur : définition des métiers, mise en place de filières de formation, amélioration des conditions de travail, rédaction d'accords collectifs

Bruno Arbouet
Directeur Général
AGENCE NATIONALE DES SERVICES À LA PERSONNE

10h00 Quel intérêt d'être émetteur de CESU pour une plate-forme d'intermédiation ?

- Les freins au développement du CESU préfinancé
- Quelles perspectives de croissance pour le CESU dématérialisé ?
- Quelles sont les opportunités liées à l'émission du CESU ?
- Émetteur de CESU : les partenariats envisageables

Philippe Rambaud
Président
DOMISERVE

10h30 Témoignage

Mettre en place le CESU pour la distribution des aides sociales : quels objectifs pour un conseil général ?

- CESU / prestations sociales : quel intérêt pour les collectivités locales d'adopter ce moyen de paiement pour le versement des allocations sociales ?
- Un moyen d'optimiser l'utilisation de la ressource publique ?
- Quels sont les points clés d'un tel projet ?

Philippe Perrin
Directeur Général
DOMISERVE

11h00 Pause-café

Quelles sont les perspectives de croissance de ce marché ?

11h30 Acteurs, offres, modèles économiques : quels sont les facteurs favorables ?

- Des tendances de fond en termes d'évolution de la société, des habitudes de consommation
 - Allongement de la durée de vie et vieillissement de la population, maintien des personnes à domicile
 - Augmentation du taux d'activité des femmes...
- Des acteurs multiples : panorama des intervenants sur le marché
 - Origines et partenariats
 - Modèles économiques en présence
- Des freins réels au développement de la demande
 - La confiance : pivot de la relation entre les fournisseurs et les consommateurs
 - La rentabilité : les clients sont-ils prêts à payer le vrai prix des services ?

Innovation et qualité des prestations : les facteurs clés de succès

- Comment innover en matière d'offre ?
 - Segmentation : des cibles différenciées
 - Particuliers : plusieurs niveaux d'attente
 - Entreprises : quels services proposer ?
 - Collectivités territoriales : quels bénéfices attendus ?
- Assurer la qualité des prestations réalisées : comment procéder ?
 - Trouver des partenaires fiables
 - Définir les objectifs du partenariat
 - Sécuriser la relation

Véronique Boudy
Manager
ALTIME

12h30 Déjeuner

14h00 Le développement du secteur passe par la qualification des emplois et la certification des compétences

- Quelle est la problématique de la gestion de compétence ?
 - Comment mesurer le niveau de connaissance souhaitable dans un domaine de compétence ? Quelles normes ?
 - Quels sont les objectifs de CERTIVAL ?
 - Quelles incidences en terme de formation ?
 - La mise en œuvre du dispositif de certification des savoirs : la plate-forme technique CERTIVAL
- Pierre Morlière**
Directeur Stratégie et Partenariats
À DOMICILE SERVICES S.A.S.

15h15 Retour d'expérience

L'assistance informatique

- Quelles sont les cibles potentielles ? Quel type d'offres proposer ?
- Tous les services sont-ils éligibles « Borloo » ?
- Les clés de la réussite : trouver les « grands clients »

Jean-Yves Roux Levrat
Directeur commercial
PC30

15h45 Pause-café

16h15 Les problèmes récurrents liés au vieillissement et les services à la personne

- Quels sont les besoins ? Les services attendus ? Les spécificités du grand âge ?
- Comment prendre en compte les projets de vie de chacun ?

Gilles Duthil
Associé gérant fondateur
SILVER LIFE INSTITUTE

17h00 Retour d'expérience

L'aide aux personnes âgées : un segment de marché en pleine expansion

- Quelles sont les attentes des familles ?
 - Pourquoi un « service aux aidants » ?
 - Quelle offre proposer ?
- Olivier Samuel**
Directeur Général du pôle maintien à domicile
KORIAN SERVICES

17h30 Retour d'expérience

Saveurs et Vie : spécialiste du portage de repas personnalisé à domicile

- Quel est le concept ? La cible ? Les volumes ?
- Les étapes de développement de l'offre. Quels obstacles lever ?
- Quelles perspectives envisageables dans l'offre de services à la personne ?

Paul Tronchon
Président fondateur
SAVEURS ET VIE

18h00 Fin de la journée



Quelle stratégie adopter pour optimiser son offre de services ?

MERCREDI 30 JANVIER 2008

8h45 Accueil des participants

La structure de l'offre, ses acteurs

9h00 Les différents acteurs du marché

- Distributeurs, producteurs, intermédiaires, bénéficiaires : les spécificités de chacun
- Quels sont les différents modes d'organisation ? Services joints, mono-activité...
- Les enseignes nationales : état des lieux et perspectives
 - De la production à la distribution : les différents positionnements adoptés et leurs implications
 - Quelles sont les contraintes liées à la mise en place d'une enseigne ?
 - Quelles relations entre enseignes et prestataires ?
 - Moyen d'industrialiser l'offre de services, lieu de rencontre efficace entre l'offre et la demande ?
 - Outil de différenciation stratégique ?

Vincent Delpey

Directeur adjoint

AGENCE NATIONALE DES SERVICES À LA PERSONNE

9h45 Retour d'expérience

Sérèna : une plate-forme nationale de services à la personne

- Les étapes de son développement
- Le fonctionnement en mode prestataire : contraintes et avantages
- Comment organiser le suivi qualitatif ? Comment instaurer une relation de confiance ?

Gilles Campin

Membre du directoire

Directeur du réseau prestataires

SÉRÉNA

10h15 Pause-café

Se positionner sur le marché des services à la personne : retours d'expériences

10h45 Projet d'offre de services à la personne : l'expérience de Shopi

- Pourquoi une enseigne de commerce de proximité a souhaité concevoir une offre sur ce marché ?

- Quelle cohérence ? Quels objectifs ?
- Le cahier des charges
- Quel apport pour développer ce marché ?

- Les points essentiels du partenariat Fourmi Verte / Carrefour proximité
- Bilan des actions menées en 2007
- Éléments clés d'apprentissage : les pistes d'optimisation pour 2008

Béatrice Boussard

Directeur Stratégie

CARREFOUR PROXIMITÉ FRANCE

Nicolas Gusdorf

Directeur

PLATE-FORME D'INTERMÉDIATION FOURMI VERTE

11h45 Services de proximité aux salariés sur le lieu de travail : le projet Facilitys de Gaz de France

- Quel est le poids du marché des conciergeries au sein des services à la personne ? Quels acteurs ?
- Pourquoi proposer ces services et sous quelles formes ?
- Quels retours attendus pour l'entreprise et les salariés ?
- Les difficultés rencontrées dans la concrétisation de ce projet
- Quels liens avec les services à la personne éligibles « Borloo » ?
- Intérêt pour l'entreprise : incitation fiscale ?
- Les perspectives d'avenir pour ces services sur le lieu de travail

Vincent Huille

Chef de projet, Délégation aux

Solutions Logistiques

GAZ DE FRANCE

12h30 Déjeuner

14h00 Pourquoi créer un service de téléassistance ?

- Téléservices : quels sont les enjeux de leur développement ?
- Quels sont les besoins ? Comment améliorer l'aide aux personnes dépendantes ?
- Technologies de l'information et de la communication : quelles applications à venir ?

Damien Cacaret

Gérant

DOMIDOM PRÉSENCE PLUS

14h45 Les facteurs clés de succès : la stratégie de l'Association du service à domicile

- Quelle organisation mettre en place ?
- Comment développer un réseau national ?
- Quelle adaptation de l'offre en fonction du profil du consommateur ?
 - État des lieux de la demande en milieu urbain / rural
 - Quel réseau de partenaires mettre en place ? Comment les sélectionner ?
- Quelle stratégie de prix ? Comment tarifier les services ?
- Quel modèle économique adopter pour répondre aux exigences de qualité ?
- Le cahier des charges à respecter
 - Agrément simple ou agrément qualité : lequel choisir ?
 - Faut-il être certifié ?
- Les canaux de distribution à mettre en place : lesquels privilégier ?
- Quelle communication ? Guichet de proximité, portail Internet, démarchage à domicile...
- Dans une gamme ou une offre de produits existants, quelle place attribuer aux services à la personne ? Une offre complémentaire, un produit d'appel... ?

Christian Fourreau

Directeur Général Adjoint

ADMR

15h30 Pause-café

16h00 Comment assurer le succès commercial et le développement ? L'expérience du groupe La Poste à travers son offre Genius

- Analyse de la typologie des clients Genius
- Quel type de communication adopter ?
- Quels canaux de vente pour quelles cibles de clientèles ?
- Comment fidéliser la clientèle ?
 - Quels outils utiliser pour connaître la satisfaction du client ?
 - Comment établir une relation de confiance avec le client ?
 - Comment anticiper les besoins ?

Monique Cosson

Directrice Marketing et Communication

Direction du Marché services

à la personne

GROUPE LA POSTE

17h00 Clôture de la formation



Quels sont les objectifs pédagogiques ?

Le marché des services à la personne est en pleine expansion. La demande se précise, l'offre s'intensifie et se structure. Quelles sont les opportunités sur ce marché ? Quelles sont les cibles potentielles ? Comment structurer son offre ? Quelle stratégie adopter ?

À travers ces deux journées de formation, EFE vous propose, grâce à l'expérience des meilleurs experts du secteur, de :

- faire un état des lieux des services à la personne,
- mesurer les enjeux de ce nouveau marché,
- identifier et analyser les critères à prendre en compte pour la mise en place d'une offre de services à la personne.

Quelle est la méthode de travail ?

- Documentation remise à chaque participant au début de la formation
- Présentations définies en étroite collaboration avec les intervenants pour répondre aux attentes les plus exigeantes
- L'alternance d'exposés et de débats garantit une véritable interactivité
- Des pauses permettent des contacts privilégiés avec les intervenants

