

# Interactive Luxury

Tendances et réflexions autour du Luxe et du e-Commerce

[Blog](#)
[A propos](#)
[Livres et Etudes](#)

## Club e-Luxe : Social Media et Innovation dans le secteur du luxe

Publié 13 avril, 2010

Filed under: Communication, e-business, e-commerce, internet, Luxe, Web 2.0. |

Mots-clefs : Club e-Luxe, Email, Facebook, Georges V, Innovation, Intelligence Artificielle, internet, Luxe Corp, Mobile, mySpace, Réalité Augmentée, Réseaux Sociaux, Ritz Paris, SmartPhone, Social Media, Twitter

[Laisser un commentaire](#)

### Club e-Luxe Petit-Déjeuner sur les réseaux sociaux dans le secteur du luxe

Je vous parlais il y a quelques temps du Petit Déjeuner organisé par le Club e-Luxe autour de la « Place qu'occupent aujourd'hui les Réseaux Sociaux dans le secteur du luxe ».

Il se trouve que j'ai eu le privilège d'être invitée par Luxe Corp à cet événement, qui a eu lieu à l'Hôtel Georges V à Paris. J'ai pu ainsi découvrir l'importance des réseaux sociaux appliqués au secteur du luxe, leurs avantages mais également les risques.



Ce qu'une marque de luxe doit savoir avant de se lancer dans les Réseaux Sociaux :

- Les réseaux sociaux vont continuer à se développer et seront, dans un avenir proche, dirigés par une conscience collective qu'il sera impossible de contrôler.
- Les marques de luxe devront avoir une véritable stratégie « Social Media » avant de choisir les outils et les plateformes.
- Les réseaux sociaux ne représentent qu'une seule facette du E-commerce de luxe. Les marques devront également intégrer dans leur stratégie toutes les autres dimensions.
- Les marques de luxe devront se focaliser sur la génération du bouche-à-oreille sur internet.

[A propos](#)
[Ecrivez-moi](#)


 [Souscrire](#)
 [Flux RSS](#)
[Newsletter](#)

### Articles et pages les plus consultés

Les effets de la crise sur le secteur du Luxe en Europe  
La "massification" des produits de luxe ou phénomène de Trading-up  
eLuxury.com : Le célèbre pure player du luxe ferme ses portes  
Un tiers des internautes a déjà acheté du luxe en ligne  
Les marques de luxe "wholesale" devenues marques "retail online"  
La distribution des produits de luxe sur internet : Quelles stratégies e-commerce et marketing pour les maisons de luxe ?

### Articles récents

Club e-Luxe : Social Media et Innovation dans le secteur du luxe  
Club e-Luxe Petit Déjeuner : La place des « Réseaux Sociaux » dans le secteur du luxe  
Le classement des meilleures marques de luxe en Europe selon les consommateurs les plus fortunés  
Urgent : Recherche Assistant(e) E-commerce International chez un prestigieux client  
Des oiseaux de paradis et des palmiers californiens à la Place Vendôme...  
Club e-Luxe 2009 : Le thème du



- L'adage selon lequel le client est roi n'est plus d'actualité. Les marques de luxe doivent désormais « Ecouter ».

- Les gens préfèrent désormais avoir un compte Facebook plutôt qu'une adresse email, pour des questions d'interactivité.

- Désormais, 25% du trafic internet est généré par Facebook.

- Les Smartphones ont de nos jours littéralement supplanté les PC.

- Les réseaux sociaux et les médias traditionnels peuvent néanmoins co-exister et s'apporter une valeur ajoutée mutuelle.

[Club e-Luxe International Summit le 3 juin 2010 au Ritz Paris sur le thème de l'Innovation dans l'univers du luxe Online et Offline](#)

Ne ratez pas le prochain événement organisé par Luxe Corp, le Club e-Luxe International Summit qui se tiendra au Ritz Paris le 3 juin prochain.



*Cliquez sur la brochure pour plus d'information*

**Pourquoi le thème de l'Innovation?**

- Parce que l'innovation a toujours été un moteur dans le secteur du luxe.
- Parce que la technologie a bouleversé notre monde.
- Parce que le luxe doit toucher la nouvelle génération.
- Parce que le luxe doit prendre le lead, et non pas simplement suivre le digital.
- Parce que les clients et leurs environnements ont changé.

Luxe Corp 2009. Tous droits réservés.  
 e-Commerce de luxe a attiré de nombreux professionnels

## Archives

avril 2010  
 novembre 2009  
 septembre 2009  
 juillet 2009  
 juin 2009  
 mai 2009  
 avril 2009  
 mars 2009  
 février 2009  
 janvier 2009  
 décembre 2008  
 novembre 2008  
 octobre 2008  
 août 2008  
 juin 2008  
 mai 2008

## Mots-clefs

Audemars Piguet Brandalley Cartier

Chanel Chopard communauté

Communication Contrefaçon

Dior  
 Distribution Démocratisation  
 e-business

## e-commerce

Fidélisation Galeries Lafayette Gucci

Hermès horlogerie

internet IWC Jaeger-

LeCoultre Jean-Paul Gaultier

Joaillerie Lancôme Louis

Vuitton LUXE LVMH

Maquillage Marketing Neiman

Marcus Nouvelles technologies Offline

Omega Online Personnalisation

Retail Rolex Sephora

Stratégie Tag Heuer Van Cleef

& Arpels Web 2.0. Wholesale

Zenith

## Citations

*"Internet est un environnement fantastique pour vendre nos produits."*

Robert Polet, PDG Gucci Group.

*"Sur internet comme ailleurs, notre histoire nous condamne à incarner l'excellence."*

- Parce que le web est désormais un réseau de conscience collective.
- Parce que le secteur du luxe doit apprendre le langage du digital et des médias sociaux.
- Parce que le luxe doit constamment inventer et se ré-inventer.
- Parce que le luxe doit continuer à créer des rêves et des désirs.

Le Club e-Luxe International Summit présentera et analysera en détail les principales tendances et application de l'innovation dans le secteur du luxe. Il donnera une approche stratégique de l'intégration des nouvelles technologies et applications, telles que l'Intelligence Artificielle, la Robotique, les Hologrammes, la Réalité Virtuelle, le Neuromarketing, la Réalité Augmentée, les Miroirs Interactifs, le Marketing Olfactif, la Technologie Mobile, et plein d'autres outils...

Les marques de luxe disposeront ainsi des clés de lecture pour appréhender les technologies innovantes qu'elles pourront intégrer dans le Développement Produit, la Communication, la Distribution, le e-Retailing, le Design, le Merchandising, et le Marketing Client....

Les marques participantes pourront assister à des présentations détaillées, des démos live, des ateliers de travail interactifs... Plusieurs experts, inventeurs, analystes, et divers professionnels interviendront pour apporter leur expertise mondialement reconnue.

*A propos du Club e-Luxe : Le club est conçu pour des professionnels qui travaillent dans le marketing et le commerce en ligne de l'industrie du luxe, tels que les PDG, les directeurs marketing, les directeurs commerciaux, les directeurs Internet, les directeurs e-Commerce, les directeurs de la communication en ligne, et les décideurs des entreprises du luxe . L'inscription au Club e-Luxe est annuelle. Elle permet aux professionnels de l'E-Business du Luxe d'échanger sur les meilleures pratiques dans le domaine du Luxe Online, et de bénéficier de sessions de consulting personnalisées.*

*A propos de Luxe Corp : Luxe Corp propose des services aux professionnels de l'industrie du luxe à travers trois principales divisions : Luxe E.t.c. (Conseil en Stratégie), Club e-Luxe (Club Exécutif pour les professionnels de l'E-Business du Luxe) et Luxe-Mag.Com (Magazine de Luxe en ligne). La société Luxe Corp est basée à Paris, New York et Shanghai.*

Jean-Christophe Bedos, PDG de la maison Boucheron.

*"Toutes les marques de luxe doivent vendre sur internet, pour la simple et bonne raison, c'est que la plupart des clients y sont déjà."*

Eléonore Baudry, Worldwide Ebusiness Director, Gucci.

*"Lancer une activité e-commerce ne se résume pas à la seule mise en place d'un front-office marchand. Il s'agit d'un projet plus large, plus complexe qui s'apparente à un vrai changement de business model."*

Eric Bordron, Directeur Ecommerce Groupe Clarins.

### Blogoliste

abc-luxe  
 Brand Channel  
 Buzz2Luxe  
 CrossStage Commerce  
 DicoDuNet  
 Digital Mix Marketing  
 E-business.info  
 E-marketing.fr  
 Ecommerce Mag  
 Fondation de la Haute Horlogerie  
 Forum à Montres  
 François Ziserman  
 Frédéric Cavazza  
 Fubiz  
 I love web  
 InsightOut - IC Agency's Blog  
 J'aime les montres  
 Journal du Net