



**STRATÉGIES**  
**FORMATIONS**

**CONFÉRENCE**

Lundi 21 novembre 2016 à Paris

LE RENDEZ-VOUS ANNUEL

**12**  
ans

**TENDANCES**  
**COMMUNICATION**

DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

En partenariat avec :

**PRODIMARQUES**  
*la vie des marques*

  
SYNTEC Conseil  
en Relations Publics

Les formations, cycles et conférences Stratégies sont réalisés en partenariat avec Comundi, organisme référent en développement de compétences !

  
**comundi**  
compétences



LUNDI 21 NOVEMBRE 2016

Prix : 945 €HT

## MATIN : marque et digital, créative technologie, stratégie media, production audiovisuelle...

De 9h00 à 13h00 et de 14h00 à 17h45

### Président de séance :

→ **Thierry Wellhoff**, CEO, **Wellcom**

### Keynote speaker : l'expression de la marque face au bouleversement du digital

→ **Béatrice Mandine**, directrice exécutive communication et marque, **Orange**

### Les nouveaux enjeux de la communication du corporate au produit

→ **Marianne Hurstel**, directrice du planning stratégique, **BETC (Havas)**

- En quoi les campagnes corporate invitent une créativité renouvelée afin d'accompagner les changements profonds de comportements ?
- Communication corporate et produit : quelle(s) frontière(s) ?
- Les consommateurs « checkers » et « voters », experts dans la recherche d'information et engagés par leurs actes d'achat.
- Comment donner un rôle incontournable aux grandes marques ?
- Comment répondre à de nouvelles attentes et inventer une communication qui réconcilie vision et passage à l'acte, entreprise et produit...

### From touchpoints to trustpoints, ou comment développer l'intelligence émotionnelle des marques

→ **Wanessa Dali**, head of strategy & transformation, **Publicis Media France**

- Data & défiance : quel état de la perception, quel impact sur la relation ?
- Flirt, passion, complicité : faire de la « Carte de Tendre » un outil de pilotage stratégique
- Ad-blocking & co : de la contrainte à la créativité, le renouveau des récits de marques

### Images et vidéos : le retour de l'émotion et la primauté de l'expérience

→ **Jean Paul Brunier**, PDG, **Leo Burnett France**

- La production d'images par les individus
- Quel parcours émotionnel pour susciter l'adhésion ?
- Ecouter le public pour promouvoir des marques congruentes émotionnellement
- Comment donner vie aux créations ?
- Un nouveau sens de la réalité ou comment altérer les univers de perception ?
- Faire vivre une expérience personnelle au consommateur, vers des produits individualisables ?

### Regards croisés : la communication augmentée

→ **Stéphane Maguet**, head of creative technology, **We Are Social** & co-fondateur du **Creative Tech Tank**  
→ **Guillaume Cartigny**, head of creative technology, **Publicis Conseil** & co-fondateur du **Creative Tech Tank**

- Emergence de la réalité virtuelle, résurrection de la réalité augmentée et démocratisation des intelligences artificielles : comment la communication va assimiler ces nouvelles réalités ? Quels vont être les impacts sur les métiers de la communication ? Quelles innovations possibles ?
- Les enjeux et les perspectives de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée
- Les grands domaines d'application (au niveau du support et des contenus)
- Création de valeur, brand awareness, test & learn
- Social media & virtual reality
- Nouvelles réalités : à la croisée des chemins entre intelligence artificielle et réalité virtuelle

En partenariat avec :



## APRÈS-MIDI : nouveaux influenceurs, brand culture, data content...

Déjeuner de networking de 13h à 14h

### Table ronde animée par :

→ **Thierry Wellhoff**, CEO, **Wellcom**

Le nouveau panorama des influenceurs du web et leur impact sur les stratégies de communication des marques

→ **Nicolas Chabot**, VP EMEA, **Traackr**

→ **Cyril Attias**, fondateur et CIO de l'agence

**Agencedesmediassociaux.com** et blogueur, **Digital Experience**

- Qu'est-ce que l'influence ?
- Tendances des réseaux sociaux en 2016-2017
- Qui sont les influenceurs du web et comment les identifier ?
- Quel(s) modèle(s) de collaboration? Court terme et long terme ? Organique ou payé ?
- Quel(s) impact(s) sur les stratégies de marque ?
- Comment gérer des relations à plus grande échelle ?

### Brand culture: réinventez l'expérience

→ **Daniel Bô**, PDG de **QualiQuanti** et fondateur du **Brand Content Institute**

- Comment le consommateur vit l'expérience et performe la marque ?
- La marque comme concentré culturel en interaction avec son environnement
- Quelques modalités d'expérience de la brand culture : les pop-up stores, les lieux de marque, les contenus
- Les conditions de succès de l'expérience : expériences uniques et mémorables, quête de sens et d'émotion, plongée multidimensionnelle dans l'univers de la marque, stimulation des affects et des imaginaires, dimension humaine, thématisation

### La data, levier pour personnaliser sa présence digitale

→ **Edouard Rencker**, PDG, **Groupe Makheia**

→ **Témoignage d'un directeur communication**

- Introduction « Face à l'ubérisation du monde : muter ou périr »
- Data content : la nouvelle intelligence du contenu
- Social, open, native, sémantique... la data : source indispensable d'un plan de communication pluri-canal
- De quelle manière exploiter les données CRM et digitales pour personnaliser les campagnes de communication ?
- Comment les nouvelles technologies de l'intelligence artificielle révolutionnent le Brand Content grâce à la LNG : génération en langage naturel

### Questions-réponses et clôture de la conférence



**Thierry WELLHOFF**  
Fondateur et Président (depuis 1981) de l'agence Wellcom. Il a été Président de 2010 à 2016 de Syntec Conseil en Relations Publics. Il est également l'auteur de plusieurs ouvrages dont *Le procès de la communication*.



**Béatrice MANDINE**  
Directrice Exécutive en charge de la communication et de la marque - ORANGE



**Marianne HURSTEL**  
Directrice du planning stratégique - BETC (HAVAS)



**Stéphane MAGUET**  
Head of creative technology - WE ARE SOCIAL & co-founder of Creative Tech Tank



**Guillaume CARTIGNY**  
Head of Creative technology - PUBLICIS CONSEIL & co-founder of Creative Tech Tank



**Wanessa DALI**  
Head of Strategy & Transformation - PUBLICIS MEDIA FRANCE



**Jean-Paul BRUNIER**  
PDG - LEO BURNETT France



**Nicolas CHABOT**  
VP EMEA - TRAACKR



**Cyril ATTIAS**  
Founder & CEO - agencedesmediassociaux.com



**Daniel BÔ**  
PDG - QUALIQUANTI et fondateur du Brand Content Institute



**Edouard RENCKER**  
PDG - GROUPE MAKHEIA

**INTERNET**  
Pré-réservation et inscription  
[www.strategies.fr/emploi-formation/](http://www.strategies.fr/emploi-formation/)

**E-MAIL**  
[inscription@comundi.fr](mailto:inscription@comundi.fr)

**COURRIER**  
**COMUNDI**  
Pôle Inscriptions Formation  
Immeuble Pleyad 1  
39, boulevard Ornano  
93200 Saint-Denis

**TÉLÉPHONE/FAX**  
**01 84 03 04 61**  
suivi de la touche 1  
**01 84 03 05 58**

| NOMBRE D'INSCRIPTION        | Prix € HT |
|-----------------------------|-----------|
| 1 <sup>er</sup> inscription |           |
| 2 <sup>e</sup> inscription  |           |
| 3 <sup>e</sup> inscription  |           |

• PRIX : 945 €HT (7 heures)

|                            |  |
|----------------------------|--|
| TOTAL € HT                 |  |
| TOTAL € HT<br>APRÈS REMISE |  |
| TOTAL € TTC<br>(TVA 20 %*) |  |

**TARIFS CONFÉRENCE**  
Bénéficiez de 10% de réduction sur la 2<sup>e</sup> inscription et de 15% sur la 3<sup>e</sup> inscription

\*Taux de TVA en vigueur

**PARTICIPANT**

M./Mme : .....  
Fonction : ..... Service : .....  
Tél : ..... Fax : ..... e-mail : .....

**ÉTABLISSEMENT**

Société / Établissement : .....  
Adresse : .....  
Code postal : ..... Ville : .....  
Tél : ..... Fax : ..... N° TVA intracommunautaire : .....  
Site web : .....  
Siret : ..... NAF/Activité : ..... Effectif à l'adresse : .....

**Responsable du suivi de l'inscription :**

Nom : ..... Prénom : .....  
Fonction : ..... Service : .....  
Tél : ..... Fax : ..... e-mail : .....

**Responsable Formation :**

Nom : ..... Prénom : .....

**Adresse de facturation (si différente ou prise en charge par organisme collecteur) :**

Société / Établissement : ..... Dossier suivi par : .....  
Adresse : .....  
Code postal : ..... Ville : .....  
Tél : ..... Fax : ..... e-mail : .....

Référence à rappeler sur la facture : .....

En signant ce bulletin, j'accepte les conditions générales de vente disponibles sur le site internet

À .....  
le .....

Cachet et signature