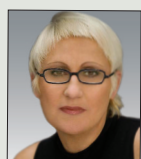




1^{ER} RENDEZ-VOUS DE LA COMMUNICATION DANS L'ASSURANCE

Innover / Convaincre / Se différencier

AVEC LA PARTICIPATION EXCEPTIONNELLE DE :



Mercedes ERRA
Présidente exécutive,
EURO RSCG WORLDWIDE
Directrice Générale, **HAVAS**
Fondatrice, **BETC EURO RSCG**



Éric LEMAIRE
Directeur de la communication
et de la responsabilité
d'entreprise,
AXA FRANCE



Olivier MADELENAT
Directeur du
marché Finance,
GOOGLE



Laurent PIGELET
Directeur marketing
et communication,
MAAF

ET NOTAMMENT LES TÉMOIGNAGES DE :

- **Bertrand BORE**, Directeur du développement, **GENERALI**
- **Brigitte CACHON**, Directeur communication corporate et RSE, **CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES**
- **Martin CORIAT**, Directeur général, **LELYNX.FR**
- **Stéphane DAESCHNER**, Directeur de la communication, **MMA**
- **Dominique MONERA**, Directeur marketing, prospective et innovation, **ALLIANZ FRANCE**
- **Marc RIGOLOT**, Directeur communication institutionnelle, action mutualiste et engagement sociétal, **GROUPE MAIF**

7 DÉCEMBRE 2011

PARIS

FORMATION PRÉALABLE

Mettre en œuvre une stratégie d'influence sur le web

ANIMÉE PAR : Gabriel SZAPIRO, Président Directeur général, SAPHIR

9 DÉCEMBRE 2011

PARIS

FORMATION COMPLÉMENTAIRE

Comment optimiser vos stratégies de marque

ANIMÉE PAR : Philippe HONORE, Président, TALY

629 millions d'euros : c'est le montant des investissements publicitaires du secteur assurance fin 2010. Pour la première fois, l'assurance égale la banque ! Ces investissements ont en effet connu une croissance annuelle de 12,3 % contre seulement 3,3 % pour la banque.

Mieux, sur le média Internet le secteur banque-assurance est le premier annonceur en France.

Quelle révolution ! Il y a seulement une dizaine d'années, le marché de l'assurance se caractérisait encore par son silence médiatique et son budget plafonnait à 280 millions d'euros.

10 ans après ce grand virage stratégique, il est essentiel de faire le point sur l'efficacité de vos pratiques de communication afin de les adapter aux nouveaux enjeux de votre secteur :

- Comment affiner la connaissance de vos publics pour leur parler de façon plus convaincante et percutante
- Quels messages véhiculer, comment et à qui les adresser face à la multiplication des canaux et des cibles
- A l'heure des médias sociaux et du tout numérique, quelle relation instaurer avec les internautes
- Sur quelles valeurs capitaliser pour affirmer votre responsabilité sociétale

Pour en débattre, *L'Argus de l'assurance* vous invite à participer, le **8 décembre 2011 à Paris**, au **1^{er} Rendez-vous de la Communication dans l'Assurance**. Une occasion unique pour rencontrer les personnalités incontournables du monde de la communication, dont Mercedes ERRA, Présidente exécutive d'EURO RSCG WORLDWIDE et Olivier MADELENAT, Directeur du marché Finance de GOOGLE.

Afin de vous accompagner dans les évolutions de vos métiers, nous vous invitons également à 2 formations complémentaires :

- le 7 décembre 2011, « Comment mettre en œuvre une stratégie d'influence sur le web », animée par Gabriel SZAPIRO ;
- le 9 décembre 2011, « Comment optimiser vos stratégies de marque », animée par Philippe HONORE.

En me réjouissant de vous y accueillir,

Matthieu Michon
Chef de projets conférences,
L'Argus de l'assurance

EN PARTENARIAT AVEC

CONNECTEO
customer interaction solutions

Deloitte

AVEC LE SOUTIEN DE

uda union des
annonceurs

METTRE EN ŒUVRE UNE STRATÉGIE D'INFLUENCE SUR LE WEB

Journée animée par **Gabriel SZAPIRO**, Président Directeur général, **SAPHIR**

OBJECTIFS

- Intégrer la permission et le désir dans votre plan marketing
- Définir une stratégie d'influence multicanal rentable
- Maîtriser les stratégies de *community management* et de gestion de votre e-réputation
- Mesurer le ROI de vos actions web avec les outils actuels

9h00 DÉBUT DE LA FORMATION

Avec quelle nouvelle approche marketing répondre aux attentes du client

- État des lieux des stratégies marketing dans le domaine de l'assurance
- Rendre « désirable » votre entreprise : de la stratégie *blue ocean* au marketing de la permission et du désir
 - ▶ *Cas pratique : analyse de différentes stratégies (Air France, Nintendo DS3...) et identification des bonnes pratiques transposables à l'assurance*
- Maîtriser un processus de marketing viral associant stratégie de différenciation et stratégie d'interactivité sur le net
 - ▶ *Cas pratique : étude de cas concrets de communications basées sur l'envie et le consentement*

Analyser la communication des banques et des assureurs sur les médias sociaux

- Décryptage des plans d'actions d'acteurs du secteur sur les médias sociaux
 - ▶ *Cas pratique : étude de plans de communication « sociale »*
- Identifier les meilleures pratiques à en retenir

Mettre en œuvre une stratégie d'encerclement par le *community management*

- Tour d'horizon des principaux outils web, approche qualitative et quantitative
- Mesurer les performances et le ROI de vos actions
- Mettre en œuvre une stratégie d'encerclement réussie
- Définir le rôle et le plan d'actions du *community manager*
- Évaluer les performances du *community management* : nouveaux outils et marketing de la performance

Institutionnaliser une vision « tribale » de la communication

- Passer du marketing d'influence à la création de « communautés » vivantes
- Réussir l'animation de communautés rentables sur le web
 - ▶ *Cas pratique : analyse d'une stratégie du secteur assurance / mutuelle*

Conclusion : l'e-réputation différenciatrice, la clé pour valoriser votre marque

17h30 FIN DE LA FORMATION



Gabriel SZAPIRO,

est Président Directeur général de SAPHIR, agence de conseil en communication et e-marketing. Également professeur de communication à HEC et à l'ESSEC, il est expert du « marketing de la permission et du désir », fondé sur les atouts de l'e-communication et du marketing relationnel.

Journée animée par **Anne LAVAUD**, Rédactrice en chef, **L'ARGUS DE L'ASSURANCE**

- Frédéric ALBERT : Directeur adjoint du développement, **OPINION WAY**
- Olivier AUBERT : Cofondateur, **ASAP**
- Daniel BO : Président fondateur, **QUALIQUANTI**
- Bertrand BORE : Directeur du développement, **GENERALI**
- Brigitte CACHON : Directeur communication corporate et RSE, **CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES**
- Martin CORIAT : Directeur général, **LELYNX.FR**
- Stéphane DAESCHNER : Directeur de la communication, **MMA**
- Benedicte DAULL-MASSART : Senior manager, **DELOITTE**
- Christylle DE LA RIVIÈRE : Chef de produit, **CONECTEO**
- Mercedes ERRA : Présidente exécutive, **EURO RSCG WORLDWIDE**
Directrice générale, **HAVAS**,
Fondatrice, **BETC EURO RSCG**
- Ghislain FAUQUET : Responsable communication externe et institutionnelle Vauban Humanis, **GROUPE HUMANIS**
- Jérémy GARAMOND : Directeur général, **ASSURONE GROUP**
- Ivan GAVRILOFF : Directeur général, **BEC INSTITUTE**
- Cyril JOUMIER : Directeur du pôle marque et communication, département Finance, **TNS SOFRES**
- Éric LEMAIRE : Directeur de la communication et de la responsabilité d'entreprise, **AXA FRANCE**
- Olivier MADELENAT : Directeur du marché Finance, **GOOGLE**
- Julien MALDONATO : Senior manager, **DELOITTE**
- Dominique MONERA : Directeur marketing, prospective et innovation, **ALLIANZ FRANCE**
- Laurent MOREL : Responsable marque, **GROUPE REUNICA**
- Laurent PIGELET : Directeur marketing et communication, **MAAF**
- Marc RIGOLOTT : Directeur communication institutionnelle, action mutualiste et engagement sociétal, **GROUPE MAIF**
- Arnaud ROFIDAL : Directeur associé, **ALTIMA**
- Antoine STATTNER : Responsable du département Internet et multimédia, **GROUPAMA**

8h15 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

8h45 Allocution d'ouverture

- Point sur les orientations globales de communication pour 2012
- Comment évoluent les attentes et les comportements des consommateurs
- Confiance, transparence, coresponsabilité : quelles transformations dans la relation des consommateurs aux marques

Mercedes ERRA, Présidente exécutive, **EURO RSCG WORLDWIDE**
Directrice générale, **HAVAS**
Fondatrice, **BETC EURO RSCG**

Comment parler d'assurance et optimiser l'efficacité de vos campagnes

9h15 2002 - 2012 : bilan et perspectives pour la communication des assureurs

- Décryptage des pratiques de communication de ces 10 dernières années
- Quelles sont les ruptures, évolutions et perspectives dans la communication des assureurs
- Faut-il changer les messages publicitaires en période de crise
- Quelle créativité pour parler d'assurance : focus sur les campagnes d'assurance à l'international

Cyril JOUMIER, Directeur du pôle marque et communication, département Finance, **TNS SOFRES**

9h40 Comment trouver le ton juste pour parler d'assurance

Présentation exclusive du Baromètre 2011 Opinion Way - L'Argus de l'assurance, « Les français, l'assurance et la banque »
Par **Frédéric ALBERT**, Directeur adjoint du développement, **OPINION WAY**

- Quelles sont les performances image - notoriété des assureurs
- Comment se différencier pour émerger dans un contexte publicitaire saturé
- Quelle stratégie pour rassurer : registre humoristique / saga / égérie ou sérieux / pédagogie
- Comment éviter la banalisation des messages

Éric LEMAIRE, Directeur de la communication et de la responsabilité d'entreprise, **AXA FRANCE**

Dominique MONERA, Directeur marketing, prospective et innovation, **ALLIANZ FRANCE**

Laurent PIGELET, Directeur marketing et communication, **MAAF**

10h35 PAUSE

11h05 Quelles innovations pour analyser les comportements de consommation

- Quels sont les nouveaux mécanismes de consommation
- Comment utiliser les données comportementales pour mieux connaître vos cibles
- Quelles sont les pratiques innovantes à l'étranger

Bénédicte DAULL-MASSART, Senior manager, **DELOITTE**

Tissez des liens solides avec vos clients : comment concilier proximité et relation à distance

11h30 Qui est le nouveau consommateur digital

- Quel est le parcours et le profil du client d'assurance sur le web
- Quels sont les moyens d'améliorer le lien avec vos prospects sur le digital
- Comment développer votre visibilité et les opportunités de contact

Olivier MADELENAT, Directeur du marché Finance, **GOOGLE**

12h00 Comment réussir vos relations interactives avec le client

Les initiatives mondiales novatrices pour intégrer les médias sociaux à vos stratégies

Par **Julien MALDONATO**, Senior manager, **DELOITTE**

- Comment les dernières évolutions du référencement impactent-elles votre visibilité et votre trafic
- Comment instaurer un dialogue efficace sur les réseaux sociaux et développer votre e-réputation
- Par quels moyens toucher la cible jeune : advergames, jeux sociaux...
- Le mobinaute, comment atteindre cette nouvelle cible de communication

Olivier AUBERT, Cofondateur, **ASAP**
Bertrand BORE, Directeur du développement, **GENERALI**
Stéphane DAESCHNER, Directeur de la communication, **MMA**

13h00 DÉJEUNER

14h30 Génération de leads : comment optimiser votre acquisition de prospects sur le net

- Quelles sont les meilleures pratiques de l'e-business pour optimiser votre ROI
- Quels dispositifs pour concentrer vos équipes sur les leads à fort potentiel

Arnaud ROFIDAL, Directeur associé, **ALTIMA**

14h50 Comment humaniser la relation client dans un contexte multicanal

- Comment personnaliser les interactions à distance avec les assurés
- Quels sont les moyens d'améliorer l'expérience client multicanal
- Comment renforcer la communication des conseillers clientèle

Christylle DE LA RIVIÈRE, Chef de produit, **CONECTEO**

Quelles stratégies pour donner une nouvelle dimension à votre marque

15h15 Pourquoi et comment valoriser votre marque

- Quels sont les risques d'un déficit de marque : retour sur le cas du marché britannique
- La marque a-t-elle encore un rôle à jouer pour les produits standards d'assurance
- Comment capitaliser sur vos valeurs : quel bénéfice du mutualisme
- De la marque à l'innovation : comment émerger dans un contexte ultra concurrentiel

Martin CORIAT, Directeur général, **LELYNX.FR**
Jérémy GARAMOND, Directeur général, **ASSURONE GROUP**

Ivan GAVRILOFF, Directeur général, **BEC INSTITUTE**
Marc RIGOLOTT, Directeur communication institutionnelle, action mutualiste et engagement sociétal, **GROUPE MAIF**

16h15 Comment mettre en avant votre utilité sociale : les meilleures pratiques de contenu de marque

Développer les valeurs associées à votre marque par des stratégies de *brand content*
Par **Daniel BO**, Président fondateur, **QUALIQUANTI**

- Quelles sont les clés pour un *brand content* en cohérence avec votre marché
- A quels programmes adosser votre marque pour affirmer votre engagement RSE
- Comment utiliser le mécénat et le *namings* pour ancrer votre marque dans l'univers de vos cibles
- Comment tirer profit du mécénat sportif comme levier de votre e-réputation

Brigitte CACHON, Directeur communication corporate et RSE, **CRÉDIT AGRICOLE ASSURANCES**

Ghislain FAUQUET, Responsable communication externe et institutionnelle Vauban Humanis, **GROUPE HUMANIS**

Laurent MOREL, Responsable marque, **GROUPE REUNICA**

Antoine STATTNER, Responsable du département Internet et multimédia, **GROUPAMA**

17h15 FIN DE LA JOURNÉE

COMMENT OPTIMISER VOS STRATÉGIES DE MARQUE

Journée animée par **Philippe HONORE**, Président, **TALY**

OBJECTIFS

- Savoir mettre en œuvre une démarche de brand management adaptée à l'assurance
- Construire une identité numérique : méthodologies et outils
- Intégrer les réflexions récentes du marketing sur la gestion de marque

9h00 DÉBUT DE LA FORMATION

Cerner les enjeux d'une stratégie de marque

- Passer de la notoriété à l'identité
 - Analyser les composants de la valeur d'une marque
 - Quelle relation entre marque, confiance et relation client
 - Associer son enseigne aux enjeux de responsabilité sociale de l'assureur
- *Études de cas : exposés-débats sur les stratégies d'acteurs du marché*

Mettre en œuvre un brand management efficace dans le secteur de l'assurance

- Du positionnement à la marque : les étapes clés d'une stratégie efficiente
- Déployer une stratégie adaptée à un environnement multi canal
- Maintenir une cohérence entre politique de marque et stratégie *low cost*
- La marque comme outil de gestion du changement, le cas des fusions acquisitions
- Gérer une marque à l'international

Enrichir le brand content en utilisant efficacement les techniques du storytelling

- Quelle méthodologie pour réenchanter sa communication
- Les applications du *storytelling* au discours de marque : champs d'application et limites
- Comment mettre en œuvre une démarche de *storytelling* réussie

► Avec le témoignage de Sébastien DURAND, auteur de « Storytelling - Réenchantez votre communication »

Construire son identité de marque dans un environnement numérique

- Les spécificités de la gestion de marque dans un environnement numérique
- Quels sont les points d'attention et les meilleures pratiques
- Comment construire une identité de marque pour une activité innovante

► Avec le témoignage de Jacques BIROL, cofondateur du site KELJOB.COM et ancien président de l'agence PUBLICIS ETOILE

17h30 FIN DE LA FORMATION



Philippe HONORE,

est Président de TALY, conseil en marketing et communication pour la banque et l'assurance. Diplômé d'HEC, professeur intervenant au groupe HEC, il est également responsable des enseignements du marketing au Master Banque Finance Assurance de l'université de Paris Ouest Nanterre la Défense.

INFORMATIONS PRATIQUES

A qui s'adressent ces journées ?

Au sein des compagnies d'assurances, des mutuelles, des institutions de prévoyance, des sociétés de bancassurance, de courtage, des organisations professionnelles, des agences-conseils en communication et publicité, des sociétés d'études et des cabinets de conseil, cette conférence s'adresse aux :

Présidents
Directions générales
Directions de la communication et de la marque
Directions marketing
Directions de l'innovation
Directions du développement
Directions des réseaux
Directions commerciales
Directions des études
Chefs de marchés
Directeurs conseil, directeurs de clientèle,
chefs de publicité en agence

Lieu de la conférence

LES SALONS DU CERCLE REPUBLICAIN
5 avenue de l'Opéra
75001 PARIS

Parking Pyramides SAEMES

Métro : Pyramides ou Palais-Royal
(Lignes n° 14, 7 et 1)

Lieux des formations

Paris.
Les lieux exacts des formations vous seront précisés sur vos convocations envoyées avant le stage.

LES RENDEZ-VOUS DE LA COMMUNICATION

LES RENCONTRES
L'ARGUS
de l'assurance

L'ARGUS DE L'ASSURANCE
Antony Parc II
10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 ANTONY Cedex
Tél. : +33 (0)1 77 92 99 06
Fax : +33 (0)1 77 92 98 17
www.argusdelassurance.com

UN ÉVÉNEMENT DU GROUPE
INFOPRO
COMMUNICATIONS

EN PARTENARIAT AVEC



Editeur leader sur le marché des solutions intégrées de gestion des interactions clients pour les entreprises et les centres de contacts, Conecteo propose à ses clients des solutions logicielles innovantes pour piloter dynamiquement leur dispositif relationnel.

Rendues plus réactives, ces organisations s'adaptent facilement aux évolutions incessantes de leur environnement, offrent à leurs clients une qualité de service inégalée et se démarquent durablement de leur concurrence.

Lauréat du Palmarès Deloitte Technology Fast500 EMEA 2010, Conecteo appuie sa croissance et sa pérennité sur une équipe solide, ayant développé une expertise unique de la mise en œuvre de centres de contacts au sein de grandes entreprises et administrations, dans des environnements hétérogènes.

Pour plus d'informations : www.conecteo.fr

Deloitte.

Deloitte couvre une palette d'offres de services très large : consulting, audit et risk services, juridique et fiscal, expertise comptable et corporate finance, suivant sa stratégie pluridisciplinaire.

Ses 170 000 professionnels, à travers le monde, sont animés par un objectif commun, faire de Deloitte la référence en matière d'excellence de service.

En France, Deloitte compte 6 400 collaborateurs et associés travaillant auprès de clients de toutes tailles et de tous secteurs. Accompagnant l'évolution de la société et les transformations qui y interviennent, le domaine du conseil en assurance compte parmi les secteurs les plus dynamiques au service des acteurs majeurs européens et mondiaux.

Pour plus d'informations : www.deloitte.fr

AVEC LE SOUTIEN DE



L'UDA est, en France, l'organisation représentative des annonceurs, entreprises, collectivités ou organismes qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leur notoriété, leur image, leurs produits ou leurs services. Elle compte près de trois cents adhérents, de toutes tailles, tous statuts et tous secteurs.

L'UDA a pour missions de faire valoir les intérêts et les positions des annonceurs auprès de leurs interlocuteurs professionnels et de leur environnement économique, social et politique français et européen ; de permettre à ses adhérents d'optimiser, en efficacité et en coût, leurs investissements en communication ; de promouvoir une communication responsable en élaborant et en mettant en œuvre des pratiques loyales et éthiques.

L'UDA est présidée par Loïc Armand (L'Oréal). Gérard Noël en est le vice-président directeur général.

Pour plus d'informations : www.uda.fr

BULLETIN D'INSCRIPTION

À retourner à Pénélope Vincent / L'Argus de l'assurance
Antony Parc II - 10, place du Général de Gaulle
BP 20156 - 92186 Antony Cedex
Fax : +33 (0)1 77 92 98 17

Mme Mlle M.

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

.....

Code postal : Ville :

Pays :

N° TVA Intracommunautaire :

Votre numéro de commande interne :

Raison sociale et adresse de facturation (si différente) :

.....

.....

Tél. : Port. :

Fax :

E-mail : @

**JE M'INSCRIS AU « 1^{ER} RENDEZ-VOUS DE
LA COMMUNICATION DANS L'ASSURANCE »
ET JE CHOISIS**



La conférence du
8 décembre 2011



La formation préalable du
7 décembre 2011



La formation
complémentaire du
9 décembre 2011

Tarif

1 jour :
995 € HT
(1 190,02 € TTC)

2 jours :
1 595 € HT
(1 907,62 € TTC)

3 jours :
1 995 € HT
(2 386,02 € TTC)

Je joins un chèque correspondant d'un montant de € TTC
à l'ordre du Groupe Industries Services Info

Fait à le

Signature

Cachet de l'entreprise

Informations programme :
Lamia ZERROUKI
lzerrouki@infopro.fr
Tél : +33 (1) 77 92 99 06

Retrouvez les modalités d'inscription sur le site www.argusdelassurance.com