

Le Point

“ Multicanal, réseaux sociaux, objets connectés : les nouveaux carburants des moteurs algorithmiques prédictifs ”

La Révolution du Data Marketing

*Devancer les désirs de vos clients :
mythe ou réalité ?*



Une conférence Le Point
Jeudi 28 mai 2015 de 14h00 à 18h30
La Maison des Centraliens, Paris

En partenariat avec :



SPOTTER

Pourquoi participer ?

Madame, Monsieur,

En 2017, on estime que le Big Data générera **32,4 milliards de dollars¹ de revenus**. Les données sont donc le nouvel « **or noir** » du XXI^e siècle, mais encore faut-il savoir les exploiter pour les rendre intelligentes. **La révolution du Data marketing prédictif est en marche !**

Parallèlement, d'énormes **progrès en matière de connaissance du cerveau** ont été réalisés. En combinant les neurosciences et le Data marketing, il est désormais possible **d'analyser le comportement des consommateurs** et ainsi de **prédire leur parcours d'achat avec précision**.

Pour autant, les **réseaux sociaux**, l'usage des **objets connectés**, l'explosion du **multicanal**, du **digital** et de la **consommation ATAWAD²** complexifient le parcours client et le travail d'analyse des Directeurs marketing. **Algorithmes prédictifs, réseaux de neurones, modélisation, « deep learning », web sémantique, « geofencing »**, deviennent les nouvelles armes pour livrer « le » **message hyper-personnalisé** temps-réel au consommateur afin d'accélérer **l'acte d'achat final**.

Néanmoins, les données recueillies ne peuvent être exploitées et utilisées sans limite. Toute la difficulté du marketing intelligent consiste donc à concilier exploitation **du Big Data et respect de la protection des données personnelles**, notamment au niveau européen.

Comment tirer parti de la richesse du Big Data tout en **étant en conformité avec le cadre réglementaire en vigueur ? Quels outils privilégier** pour que vos messages **soient mieux captés, identifiés et mémorisés ?** Comment valoriser votre marque et la rendre irrésistible ? Comment créer des **stimulis marketing impactants** ?

La conférence « La Révolution du Data Marketing », organisée par Le Point, réunira des **Directeurs Marketing, Directeurs de la Relation Client, Directeurs Digital/Big Data/Analytics...** pour débattre et donner les clés de définition d'un **Smart Data gagnant**, à l'heure où les entreprises doivent maîtriser un **nouvel ordre de grandeur pour capter leurs clients : le Big Data**.

En espérant avoir le plaisir de vous compter parmi nous, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, nos salutations les plus respectueuses.



Clément Pétreault
Journaliste, Le Point

1. International Data Corporation - IDC, IDC Worldwide Big Data Technology and Services 2013-2017 Forecast 18/12/2013

2. ATAWAD : Any Time, Anywhere, Any Device

Programme

Les débats seront animés par **Clément Pétreault**, *Journaliste, Le Point*

14h00 - 14h30 **OUVERTURE - Un regard décalé sur la révolution du Data Marketing**

Quelles sont les dernières découvertes en matière de connaissance du cerveau et leurs apports au marketing sensoriel, comportemental, prédictif... ?

- *Quelles zones du cerveau intéressent plus particulièrement les spécialistes des neurosciences ?*
- *La mémorisation, l'émotion et l'attention : les trois piliers du neuromarketing*
- *Comment créer des stimuli marketing et en mesurer l'impact ?*
- *Jusqu'où peut-on aller pour mieux vendre ? Les limites éthiques en matière d'incitation à l'achat*

Idriss Aberkane, *Chercheur en neurotechnologies et biomimétique, Ecole Polytechnique - Paris Saclay*

Caroline Cuny, *Docteur en Psychologie cognitive, Professeur de Marketing, Grenoble Ecole de Management - Spécialiste de la psychologie du consommateur, de l'efficacité publicitaire et des mesures implicites psychophysiologiques (eye-tracking, neurosciences du consommateur)*

14h30 - 14h45 **La vision d'un acteur emblématique et pionnier de la Révolution du Data marketing**

Campagne d'acquisition, ciblage des messages, nouvelles valeurs d'usage et d'interactions, engagement à la marque...le Data marketing, pour quoi faire ?

Olivier Madelenat, *Directeur grands groupes, Google*

14h45 - 15h30 **PANEL 1 - Le marketing prédictif n'est pas de la science-fiction**

Benchmark des meilleures pratiques de Data marketing : comment adapter en temps réel vos actions, anticiper l'acte d'achat et proposer une expérience client sur-mesure ?

- *Les vraies bonnes questions à se poser pour mettre en place un projet de marketing prédictif. Quels prérequis ? Quelle méthodologie ? Quelle organisation ?*
- *Ce qui se cache derrière les termes : intelligence artificielle, "machine learning", "deep learning", réseaux de neurones...*
- *Quel algorithme prédictif pour quel usage ? Comment mesurer le supplément de pertinence et de performance apporté à l'offre client ?*
- *Comment acquérir la compétence Data Scientist ? En interne, en externe, par rachat de start-up, partenariat, spin-off ?*

Aymeric Moser, *Directeur marketing, Spartoo*

Bertrand Le Ber, *Directeur marketing clients, BU Mobile, Bouygues Telecom*

Mathieu Staat, *Digital and International CRM Director, L'Occitane*

Hugues Chanoine, *Directeur général adjoint, Photobox*

Cédric Hervet, *Directeur recherche opérationnelle, Socio Logiciels (NP6)*

15h30 – 16h30 **PANEL 2 - Data marketing et IoT : nouveau couplé gagnant ?**

Comment les objets connectés et le « quantified self » ouvrent de nouvelles perspectives à la connaissance client et au marketing personnalisé ?

- *L'Internet des objets réinvente la relation entre la marque et l'intimité client*
- *Tirer profit des données générées par les objets connectés et adapter l'offre de services au plus près de l'intérêt du consommateur. Illustrations sur les nouvelles offres de mobilité*
- *Comment l'IoT redessine les zones de chalandise et le parcours client ?*

Amélie Oudea-Castera, *Directrice marketing, service et digital, AXA*

Vincent Gufflet, *Directeur services et abonnements, Darty*

Brigitte Courtehoux, *Directrice Services Connectés et Nouvelles Mobilités, PSA Peugeot Citroën*

16h30 – 17h00 **Pause-café / Networking**

17h00 – 18h00 **PANEL 3 – Social media intelligence : faites rayonner votre marque !**

Comment tirer profit des réseaux sociaux pour vous connecter directement à votre public, viser juste, et maximiser votre ROI marketing ?

- *« Opinion mining », « sentiment analysis », « lookalike audience » : quels sont les nouveaux outils de ciblage pour un social media marketing efficace?*
- *Likes, fan pages, groupes de discussion: comment vendre en ligne et fidéliser ses clients grâce aux communautés, aux influenceurs et aux échanges conversationnels des membres ?*

Constance Smith, *International Digital Communications & Social Media Manager, Lacoste*

Arnaud Bourge, *Social Media Director, Air France*

Benoit Lamézac, *Directeur marketing et distribution France, B&B Hôtels*

Ana Athayde, *Directrice marketing et stratégie internationale, Akio - DG, Spotter*

18h00 – 18h30 **PANEL 4 – Pas de Data marketing sans respect de la Data protection**

Assurer la conformité de vos actions marketing avec le règlement Data Protection 2015 et la Directive Open Data qui entrera en vigueur le 18/07/2015

- *Mutations numériques et Big Data : quels impacts sur les contenus et métadonnées associés ? Et sur les médias ?*
- *Comment accroître la confiance les consommateurs et ainsi augmenter la qualité des données accessibles ?*
- *Qu'attendre des dernières avancées réglementaires françaises et européennes en matière de protection des données personnelles ?*
- *Open Data : quelles données et pour qui ? Comment optimiser le suivi des risques ?*

Stéphane Grégoire, *Chef du service des affaires économiques - Direction de la conformité, CNIL*

Jean-François Debarnot, *Directeur juridique, INA*

18h30

Cocktail - Networking

Panel des orateurs



Arnaud Bourge
Social Media Director
Air France



Ana Athayde
Directrice marketing et
stratégie internationale,
Akio
DG, Spotter



Amélie Oudea-Castera
Directrice marketing
service et digital
AXA



Benoit Lamézac
Directeur marketing et
distribution France
B&B Hôtels



Stéphane Grégoire
Chef du service des
affaires économiques,
Direction de la
conformité
CNIL



Vincent Gufflet
Directeur services et
abonnements
Darty



Bertrand Le Ber
Directeur marketing clients,
BU Mobile
Bouygues Telecom



Idriss Aberkane,
Chercheur en
neurotechnologies et
biomimétique,
Ecole Polytechnique
Paris Saclay



Olivier Madelenat
Directeur grands groupes
Google



Caroline Cuny, Docteur
en Psychologie cognitive,
Professeur de Marketing,
Grenoble Ecole de
Management



Jean-François Debarnot
Directeur juridique
INA



Constance Smith
International Digital
Communications & Social
Media Manager
Lacoste



Mathieu Staat
Digital and International CRM
Director
L'Occitane



Hugues Chanoine
Directeur général adjoint
Photobox



Brigitte Courtehoux
Directrice Services
Connectés et Nouvelles
Mobilités
PSA Peugeot Citroën



Cédric Hervet
Directeur recherche
opérationnelle
Socio Logiciels (NP6)



Aymeric Moser
Directeur marketing
Spartoo

Bulletin d'inscription

LNM1505

Jeudi 28 mai 2015

Conférence Le Point "La Révolution du Data Marketing"

Jeudi 28 mai 2015, de 14h00 à 18h30

La Maison des Centraliens, 8 rue Jean Goujon, 75008 Paris



Scan pour inscription

A. Informations sur le participant

Mademoiselle Madame Monsieur

Nom : Prénom :

Fonction :

Tel : Fax :

E-mail :

B. Informations sur la société

Société :

N° TVA intracommunautaire (impératif) :

Adresse :

CP : Ville :

Pays : Tel : Fax :

Adresse de facturation si différente :

C. Règlement

- Par chèque** à l'ordre de Development Institute International en portant la mention **LNM1505** au dos du chèque
- Par virement** à notre banque : BNP, compte N°30004 00760 00010009271/92 libellé au nom de Development institute international avec la mention **LNM1505** et le nom du participant
- Par virement international SWIFT** à notre banque : BNP AFRPPCE, IBAN : FR7630004 00760 000 10009271 /92 libellé au nom de Development institute international avec la mention **LNM1505** et le nom du participant

D. Confirmation

- Je m'inscris et accepte les Conditions Générales de Vente
- Tarif spécial : 390€ HT (468€ TTC)** pour tout règlement **avant le 17/04/2015**, soit 100 € HT de réduction
- Tarif spécial : 440€ HT (528€ TTC)** pour tout règlement **avant le 15/05/2015**, soit 50 € HT de réduction
- Plein tarif : 490€ HT (588€ TTC)** pour tout règlement **après le 15/05/2015**
- Tarif de groupe** : contactez-nous au +33(0)1 43 12 85 55

Signature et cachet de l'entreprise :

Pour participer aux débats, merci de renvoyer ce coupon accompagné de votre règlement à l'ordre de Dii

- Par courrier à l'attention de LE POINT - Dii agency
- 164 bd Haussmann • 75008 Paris • Par tel au +33 (0)1 43 12 85 55
- Par mail à lepoint@development-institute.com • Par fax +33(0)1 40 06 95 26

Conditions Générales de Vente : Les frais d'inscription doivent impérativement être réglés en intégralité avant l'événement. Ils comprennent l'accès au séminaire, aux pauses café et au cocktail. Les organisateurs se réservent le droit de modifier le programme et le lieu du séminaire si les circonstances les y obligent. Conditions d'annulation et de remplacement : Toute annulation doit nous être communiquée par écrit. Pour toute annulation plus de 30 jours avant la formation, vous pouvez bénéficier d'un report sans frais sur une session de votre choix sur l'année. Pour toute annulation 30 à 15 jours avant le séminaire les frais seront de 200 € HT. Pour toute annulation à moins de 15 jours, les frais de participation seront dus en totalité. Dans ce cas le participant peut se faire remplacer par une autre personne appartenant à l'entreprise. Merci de nous notifier le nom du remplaçant par écrit.

Les informations recueillies font l'objet d'un traitement informatique destiné à valider votre participation et votre inscription à notre événement. Le destinataire des données est Development institute international. Conformément à la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en 2004, vous bénéficiez d'un droit d'accès et de rectification aux informations qui vous concernent, que vous pouvez exercer en vous adressant au Service Clients de Development institute international qui gère le traitement à l'adresse suivante : service-clients@development-institute.com. Vous pouvez également, pour des motifs légitimes, vous opposer au traitement des données vous concernant.