



# Email marketing à l'ère de la loi C-28

Récupérez, entretenez et développez  
votre bassin de clients potentiels

**12 novembre 2014**  
**Montréal**

## BÉNÉFICIEZ DE L'EXPÉRIENCE DE

Association des professionnels de la communication et du marketing • Association du marketing relationnel  
Assurances Croix Bleue • Bang Marketing • BBA • Beyond the Rack • CAA-Québec • Cyberimpact  
Dialog Insight • Matter Inside • McMillan • Voyagesarabais.com

[www.lesaffaires.com/evenements/emailmarketing](http://www.lesaffaires.com/evenements/emailmarketing) ou 514 392-4298

**Jusqu'à 700\$\***  
**de rabais**  
**avant le 18 sept.**

\* EN MENTIONNANT LE  
CODE PROMO WEB

Avec le soutien de :

**amr**   
association du marketing relationnel

**APM**  
ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DE  
LA COMMUNICATION ET DU MARKETING

# Email marketing à l'ère de la loi C-28

Récupérez, entretenez et développez votre bassin de clients potentiels

**12 novembre 2014 • Montréal**

Depuis l'entrée en vigueur de la Loi anti-pourriel (Loi C-28), le 1<sup>er</sup> juillet dernier, la peur s'est installée dans les entreprises qui sont passibles d'une amende pouvant atteindre 10 millions de dollars. Beaucoup d'organisations ont réagi en établissant une politique d'envois de courriels très stricte. Dans ce nouveau contexte, l'obtention du consentement des clients est cruciale. Vous devez être créatif, et trouver les meilleures stratégies afin de continuer à communiquer avec vos cibles par courriel tout en vous conformant aux exigences de la loi.

Les premiers échos recueillis à la suite de l'instauration de la loi font état d'un faible taux de consentement. Ce phénomène se traduit par une érosion fulgurante des bases de données clients. Au défi du développement des affaires s'ajoute la nécessité de bien appliquer les règles de la loi et de les traduire dans la pratique.

Les Événements *Les Affaires* présentent une conférence grâce à laquelle vous trouverez des solutions concrètes pour:

- Assurer la conformité de votre entreprise à la loi C-28 et développer des processus internes liés aux envois de courriels;
- Développer des stratégies de marketing qui vous permettront de conserver votre bassin de clients;
- Utiliser judicieusement les médias sociaux, le mobile et le marketing de contenu pour garder contact avec vos clients potentiels.

Soyez des nôtres le 12 novembre prochain!



Gaëtan Bourgoïn  
Gestionnaire de projets, contenu, senior  
Événements *Les Affaires*

*Participez à nos ateliers pratiques afin de bien saisir les notions fondamentales de consentements tacite et exprès, et développer votre connaissance de la loi et du Lead Generation*

## Atelier préconférence

**mardi 11 novembre 2014**

### 12 h 30 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

### 13 h 00 ATELIER A

#### Loi C-28: mieux comprendre ses dispositifs et ses nuances et gérer les zones grises



**Elisa Henry**  
Avocate  
MCMILLAN

Cet atelier pratique et interactif vous permettra de mieux comprendre les subtilités de la loi C-28 grâce à des exemples concrets. Vous comprendrez mieux l'impact de la loi sur vos processus, et vous serez en mesure de faire des choix éclairés en fonction de vos objectifs d'affaires.

#### Objectifs de l'atelier

- Comprendre les subtilités de la loi C-28 dans des relations B2B et B2C;
- Dissiper toute ambiguïté dans l'interprétation de la loi dans votre organisation;
- Distinguer les zones grises de la loi dans divers contextes d'affaires.

#### Cet atelier vous permettra de maîtriser les zones grises des règles qui établissent:

- La définition d'un message électronique commercial (MEC);
- Le consentement tacite et le consentement exprès;
- La carte d'affaires;
- Le démarchage de nouveaux clients;
- Les délais (durées) de validité des consentements;
- La documentation de la preuve de consentement.

#### Pourquoi participer ?

- Pour permettre la continuité et le développement de vos affaires;
- Pour mieux interpréter la loi C-28 afin de créer des stratégies par courriel qui vous permettront de réaliser vos objectifs marketing.

### 16 h 00 FIN DE L'ATELIER PRÉCONFÉRENCE

*Cet atelier est en cours de demande pour être reconnu comme formation continue par le Barreau du Québec.*

# Conférence

mercredi 12 novembre 2014

## 8 h 30 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

9 h 00

### Mot d'ouverture du président d'honneur



**Alex Langlois**  
Président  
**ASSOCIATION DU MARKETING RELATIONNEL**

## 9 h 15 ENTREVUE

### Loi C-28: concrètement, comment ça se passe ?



**Éloïse Gratton**  
Coprésidente, Protection de la vie privée  
**MCMILLAN**



**Denis Lalonde**  
Journaliste  
**LES AFFAIRES**

Assistez en direct à une entrevue exclusive, et participez à la discussion! Une avocate et un journaliste, tous deux spécialisés en technologie de l'information, discuteront de divers aspects de la Loi C-28. Suivez la discussion, et:

- Comprenez l'influence de la loi sur vos affaires;
- Ayez une compréhension approfondie de la loi;
- Évitez les pénalités du CRTC.

## 10 h 00 ÉTUDE DE CAS

### Découvrez comment BBA a su faire le lien entre ses processus d'affaires, ses données clients et l'application de la loi C-28



**Caroline Auger**  
Conseillère principale et chef d'équipe, marketing et développement des affaires  
**BBA**

Se conformer à la loi est une chose, développer des processus permettant de prouver la relation B2B avec ses clients en est une autre. Découvrez comment BBA a su faire intervenir plusieurs départements et fonctionner en mode gestion de projet pour atteindre cet objectif.

- Analyser les impacts de la loi sur la poursuite de ses affaires;
- Construire, étape par étape, des processus internes afin de documenter, qualifier et maintenir le consentement de ses clients;
- Impliquer les membres du personnel de divers départements afin de gérer adéquatement ses bases de données dans le contexte de la loi C-28;
- Développer de nouveaux réflexes d'affaires afin d'obtenir le consentement tacite de ses clients et prospects.

## 10 h 45 PAUSE RÉSEAUTAGE

## 11 h 15 ÉTUDE DE CAS

### Combinez agilement le marketing par courriel et les médias sociaux et obtenez une meilleure rétention de vos bases de données courriels



**Marc Roussin**  
Vice-président ventes et marketing  
**ASSURANCES CROIX BLEUE**

Compétitive, l'industrie des services financiers et des assurances doit rivaliser d'ingéniosité et de créativité. Dans un contexte où les relations clients se font souvent qu'une fois l'an, les entreprises doivent créer des occasions afin de préserver leurs liens avec leur clientèle. Cette présentation traitera des stratégies mises en place par la Croix Bleue afin de rester pertinente auprès de ses clients toute au long de l'année.

- Comment vos stratégies de marketing par courriel peuvent augmenter votre taux de rétention client ?
- Apprenez à utiliser judicieusement le courriel et les médias sociaux afin de générer des ventes croisées et ainsi augmenter vos revenus;
- Découvrez les facteurs de succès d'un bulletin qui vous permettra de garder un lien avec vos clients entre deux transactions.

## 12 h 00 DÎNER RÉSEAUTAGE

## 13 h 30 DISCUSSION

### Développez des outils de rétention grâce au marketing de contenu, et maintenez l'engagement de vos clients



**Rebecca Coggan**  
Cofondatrice et présidente  
**MATTER INSIDE**



**Stéphanie Kennan**  
Présidente  
**BANG MARKETING**



**Pascale Guay**  
Présidente  
**DIALOG INSIGHT**

Animée par : **Marc D. David**  
Professeur de communication marketing  
**UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE**  
Vice-président, universités, **ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING**

Assistez à la discussion de spécialistes du marketing par courriel et du marketing de contenu et participez aux échanges. Voyez comment :

- Produire un contenu pertinent, diversifié et à valeur ajoutée pour vos abonnés, c'est profitable!
- Fournir les meilleurs clients potentiels à votre force de vente;
- Mesurer l'impact de vos infolettres pour connaître le

rendement de l'investissement de votre stratégie marketing;

- Positionner votre infolettre dans une stratégie élargie de marketing de contenu.

## 14 h 30 ÉTUDE DE CAS

### Apprenez à intégrer et à adapter vos stratégies de marketing par courriel aux appareils mobiles afin d'augmenter vos ventes



**Richard Cohene**  
Directeur marketing et développement des affaires  
**BEYOND THE RACK**

Beyond the Rack gère plus de 13 millions d'adresses courriel dans ses marchés canadien et américain. L'entreprise doit ainsi faire une gestion bimodale *Opt-in* et *Opt-out* des envois courriels massifs. L'idée de développer des stratégies adaptées aux appareils mobiles s'est vite imposée à l'entreprise, et les résultats se sont rapidement concrétisés.

- Voyez comment les appareils mobiles peuvent augmenter le taux d'ouverture de vos courriels et faire de vos stratégies de marketing par courriel des outils de vente efficaces;
- Applications ou site Internet? Comment faire des choix adaptés à votre modèle d'affaires?
- Comment définir une stratégie mobile 360° selon les besoins d'affaires en B2C?

## 15 h 15 PAUSE RÉSEAUTAGE

## 15 h 30 ÉTUDE DE CAS

### Implantez des processus internes de gestion de la relation client (GRC) adaptés à vos activités afin d'assurer un suivi efficace de vos envois courriels dans le respect de la loi C-28



**Pascale Martin**  
Directrice marketing relationnel  
**CAA-QUEBEC**

Gérer une base de données qui contient plus de 650 000 adresses courriel exige des processus très rigoureux, et surtout, bien étudiés. CAA-Québec s'est donné les outils et n'a rien épargné pour s'assurer de la viabilité de sa GRC, et ce, même après l'entrée en vigueur de la loi.

- Comment engager toutes vos divisions dans l'analyse des processus internes de traitement des données clients et clients potentiels afin d'adopter les meilleures pratiques?
- Comment créer un «centre de consentement» afin de documenter et prouver le consentement des clients pour toutes vos communications électroniques?
- Découvrez les bénéfices de faire un bon entretien de votre base de données;
- Comment adapter la politique interne d'envoi courriel à l'ère des communications électroniques?

## 16 h 15 ÉTUDE DE CAS

### Sachez utiliser l'automatisation de vos envois courriels de masse et profitez en toute légalité de leurs retombées



**David Grégoire**  
Vice-président technologies  
**VOYAGESARABAI.COM**

Bien planifier et bien structurer ses campagnes d'envois de courriels de masse reste un défi. Cela représente tout de même un outil non négligeable dans le développement des affaires de votre organisation. Voyagesarabais.com a développé, bien avant l'entrée en vigueur de la loi canadienne anti-pourriels, de bonnes pratiques en automatisation d'envois courriel de masse, et elle a su les adapter afin de respecter la loi C-28.

- Développez des stratégies de segmentation de vos bases de données en lien avec les achats et le magasinage de vos clients potentiels;
- Sachez utiliser adéquatement vos bases de données afin d'assurer la preuve de consentement de vos clients;
- Apprenez comment obtenir un taux d'ouverture de courriels de 75%;
- Voyez comment l'hyperpersonnalisation des courriels automatisés améliore l'expérience client.

## 17 h 00 MOT DE CLÔTURE ET FIN DE LA JOURNÉE CONFÉRENCE

# 5 bonnes raisons de participer

- Optimisez vos processus liés au consentement tout en vous assurant qu'ils respectent la loi C-28
- Obtenez en toute conformité des résultats concrets et mesurables de vos campagnes de marketing par courriel
- Maximisez vos stratégies mobiles et médias sociaux afin de générer des clients potentiels
- Développez des stratégies de marketing de contenu et préservez votre base de contacts
- Adoptez les meilleures pratiques en gestion de la relation client (GRC) afin de faciliter l'application de la loi au quotidien



## Ateliers pratiques

jeudi 13 novembre 2014

8 h 30 ACCUEIL DES PARTICIPANTS

9 h 00 ATELIER B

**Consentement tacite et exprès: comment intégrer des outils efficaces pour que votre stratégie de communication soit conforme à la loi C-28 ?**



**Stéphane Lestage**  
Vice-président  
CYBERIMPACT



**Yannick Armand**  
Responsable marketing  
CYBERIMPACT

Qu'il soit tacite ou exprès, le consentement de vos clients revêt dorénavant une valeur que nulle organisation ne peut ignorer. Il importe donc plus que jamais de gérer les processus de communication de manière transversale et systématique.

Cet atelier pratique vous fournira les outils de mise en place de processus qui vous permettront d'aligner les règles d'affaires sur vos structures technologiques, et d'assurer la cohérence et la conformité de vos stratégies de communication.

### Objectifs de l'atelier

- Développez un système de rappels (*push*) efficace et adapté à vos campagnes de marketing par courriel ;
- Assurez l'opérationnalisation de vos processus afin qu'ils soient conformes aux règles d'affaires que vous souhaitez établir ;
- Rédigez des règles d'affaires qui soient en conformité avec la loi C-28 et avec vos projets de marketing transversal ;
- Apprenez à communiquer avec votre service TI afin d'établir des processus fluides et efficaces ;
- Découvrez les meilleures pratiques d'audit de processus au moyen de scénarios probants et réels.

### Pourquoi participer ?

- Pour développer une structure de gestion automatisée de vos contacts qui respecte vos règles d'affaires et la loi C-28 ;
- Pour adopter une méthode de gestion du risque qui intègre l'erreur humaine dans la validation des processus.

13 h 00 ATELIER C

**Lead Generation: comment développer, étape par étape, des stratégies de marketing personnalisées et adaptées à vos clients afin de nourrir votre base de données**



**Jean-Philippe Couture**  
Expert Marketing  
PROCONTACT

Accroître votre nombre de clients demeure la pierre angulaire de votre développement des affaires, mais la loi C-28 ajoute de la complexité au processus de prospection. Cet atelier pratique vous aidera à développer de nouveaux canaux de communication avec votre clientèle potentielle.

### Objectifs de l'atelier

- Trouvez de nouvelles façons de générer des clients potentiels cibles pour votre force de vente ;
- Apprenez comment implanter adéquatement des pratiques marketing éprouvées afin d'assurer à votre organisation un bassin de clients potentiels essentiel au développement des affaires ;
- Mettez en place des tactiques percutantes afin de récolter des *leads* grâce à des infolettres, des livres blancs, des capsules vidéo, etc. ;
- Créez un engouement durable pour votre contenu ;
- Automatisez au maximum vos campagnes de marketing afin de récolter plus en faisant moins ;
- Découvrez les nouvelles tendances de marketing par courriel et de marketing de contenu.

### Pourquoi participer ?

- Pour entretenir et augmenter votre bassin de clients potentiels, et préserver la compétitivité de votre organisation ;
- Pour découvrir des stratégies et des outils accessibles qui ont fait leurs preuves.

12 h 00 DÎNER RÉSEAUTAGE  
POUR LES PARTICIPANTS INSCRITS  
À LA JOURNÉE COMPLÈTE

16 h 00 FIN DE LA JOURNÉE DES ATELIERS



# Email marketing à l'ère de la loi C-28

**Offre  
2 pour 1  
avant le  
16 octobre**

**11**  
NOV.

**12**  
NOV.

**13**  
NOV.

Je souhaite m'inscrire à:	Prix promotionnels - CODE PROMO requis*		Prix réguliers
	jusqu'au 18 sept.	jusqu'au 16 oct.	
Atelier A	+395 \$	+445 \$	+495 \$
Conférence	695 \$	895 \$	1095 \$
Atelier B	+395 \$	+445 \$	+495 \$
Atelier C	+395 \$	+445 \$	+495 \$

Veillez prendre note que les ateliers ne peuvent pas être vendus individuellement. Ces activités sont offertes uniquement à l'achat de la conférence

\* Pour bénéficier des prix promotionnels vous devez mentionner le CODE PROMO WEB situé sur la page couverture de la brochure.

## Prochainement

**17**  
SEPT.

**Data-driven marketing**  
Misez sur une stratégie mesurable et rentable propulsée par les données

**2**  
OCT.

**Rendez-vous CMO**  
Instaurez une culture marketing agile pour mieux rejoindre ses clients

**7**  
OCT.

**Service à la clientèle 360**  
Optimisez vos opérations pour développer une approche unifiée et omnicanale

**21**  
OCT.

**Développement de produits + innovation**  
De l'idée à la mise en marché : démarquez-vous grâce à un processus intégré et centré sur les besoins de vos clients

**6**  
NOV.

**Rendez-vous CMO**  
L'impact du numérique et des nouvelles technologies : quel est le rôle du CMO du futur ?

**4**  
DÉC.

**Rendez-vous CMO**  
Se renouveler ou disparaître : la créativité et l'innovation comme moteurs de croissance

### CONTACTEZ-NOUS :

T 514 392-4298 ou 1 855 392-4298 [evenements@tc.tc](mailto:evenements@tc.tc)

### ÉCHANGEZ SUR NOS COMMUNAUTÉS EN LIGNE :



Suivez-nous sur Twitter : @la\_evenements  
Tweetez avec le #LesAffaires



Joignez-vous à notre groupe LinkedIn :  
Médias Sociaux – Les Affaires Événements



### Offre 2 pour 1 Venez accompagné d'un collègue !

Inscrivez-vous à la conférence + 2 ou 3 ateliers à prix réguliers (valeur de 2085 \$ à 2580 \$ selon les choix effectués) et la participation de votre collègue est GRATUITE.

### Cet événement s'adresse aux :

Vice-présidents, directeurs, chefs, responsables marketing, communications, relation client, numérique, web, base de données, TI, ventes, développement des affaires et gestionnaires de contenu.

**Inscrivez-vous en ligne :**  
[lesaffaires.com/evenements/emailmarketing](http://lesaffaires.com/evenements/emailmarketing)

### OPPORTUNITÉS DE COMMANDITES

Cette conférence peut vous fournir une occasion unique de visibilité auprès de décideurs dans ce domaine et d'exposer vos produits et services.

Plusieurs forfaits de commandites sont disponibles: cocktail, exposant, petit-déjeuner...

Pour plus d'information, communiquez avec Patrick Savoy à [patrick.savoy@tc.tc](mailto:patrick.savoy@tc.tc) ou 514 290-0159.

### MODALITÉS D'INSCRIPTION

Les prix promotionnels sont valides jusqu'au 18 septembre 2014 et 16 octobre 2014 inclusivement en mentionnant votre CODE PROMO. Ces prix promotionnels ne sont pas cumulables aux rabais de groupe, ni à l'offre 2 pour 1. L'offre 2 pour 1 s'applique sur les prix réguliers et à l'inscription à la journée conférence + 2 ou 3 ateliers. Le montant le plus élevé des 2 inscriptions vous sera facturé. Notez qu'un seul paiement sera requis suite à l'inscription des participants à l'offre 2 pour 1. Pour cette raison, il est recommandé que les deux participants soient de la même organisation. Les frais de participation comprennent la documentation de la conférence rendue disponible par les conférenciers, le repas du midi et des collations et boissons aux pauses-café selon votre inscription. Notez que vous ne pouvez participer à cette conférence que si vous effectuez votre paiement au plus tard le jour même de la conférence. Vous pouvez vous inscrire par téléphone ou en ligne, par chèque ou par carte de crédit Visa, American Express ou Master Card. Veuillez faire parvenir votre chèque à l'ordre de MÉDIAS TRANSCONTINENTAL SENC, en indiquant votre numéro de facture débutant par les lettres «CF», à l'adresse suivante: 400, avenue Ste-Croix, Suite 300, Montréal (Québec) H4N 3L4.

### UNE POLITIQUE D'ANNULATION FLEXIBLE

Toute demande d'annulation doit obligatoirement être envoyée par courriel à [evenements@tc.tc](mailto:evenements@tc.tc) au plus tard dix jours ouvrables avant l'événement pour remboursement. Le fait de ne pas participer à la conférence ne vous libère en aucune façon de l'obligation d'acquitter les frais exigibles. Cependant, vous pouvez en tout temps vous faire remplacer par une personne de votre choix en nous en avisant par écrit. Les organisateurs se réservent le droit de modifier en tout ou en partie la programmation, et ce, sans préavis.

### LIEU DE LA CONFÉRENCE

Montréal

### PARTICIPANTS DU QUÉBEC

Le coût de la formation peut constituer une dépense de formation admissible en vertu de la Loi favorisant le développement et la reconnaissance des compétences de la main-d'œuvre.