



Mentionnez le **CODE PROMO WEB** en vous inscrivant pour bénéficier des prix promotionnels →

2^e édition

MARKETING MOBILE

Pour un modèle d'affaires rentable et intégré

26 NOVEMBRE 2013

Hôtel Hyatt Regency, Montréal

Jusqu'à
600\$
DE RABAIS
avant le
26 septembre*

« Les Québécois utilisent leurs appareils mobiles, en moyenne, **5,1 heures** par semaine »

Source : CEFRIQ, 2013

Avec le soutien de :

amr/rma
25^e Association du marketing relationnel
Relationship Marketing Association

2^e édition

MARKETING MOBILE

Pour un modèle d'affaires rentable et intégré

La progression de l'utilisation des téléphones intelligents ne devrait pas vous laisser indifférent : **au Québec, 41,8% des foyers possèdent déjà au moins un téléphone intelligent***, et ce chiffre devrait croître de manière importante au cours des cinq prochaines années. Bien plus qu'un simple appareil électronique, la plateforme mobile accompagne désormais le consommateur tout au long du processus décisionnel d'achat. C'est incontestable, **la mobilité est au rendez-vous!**

Cependant, cette mobilité brouille les paramètres décisionnels de votre entreprise et complexifie la mise en place d'un **modèle d'affaires ambitieux et viable**. Comment aborder ces nouvelles plateformes mobiles et les **intégrer** de façon optimale dans votre stratégie marketing? Comment s'assurer d'un **bon rendement sur votre investissement**? Une application, est-ce vraiment ce dont vous avez besoin? Le marketing mobile est-il pertinent dans le **secteur du B2B**? Quels types **d'expériences mobiles** les consommateurs recherchent-ils?

Au cours de cette journée conférence, des entreprises qui ont réalisé ce virage partageront leurs réflexions et les défis d'implantation auxquels elles ont été confrontées, ainsi que les résultats obtenus à la suite de l'intégration du marketing mobile dans leur stratégie d'affaires.

Afin d'approfondir votre démarche, deux ateliers pratiques vous seront également proposés en option le 27 novembre :

- Comment bâtir votre modèle d'affaires afin d'intégrer le marketing mobile à votre stratégie globale?
- Comment évaluer concrètement l'impact de vos initiatives mobiles à l'échelle des consommateurs?

En exclusivité, un atelier préconférence «**Mode d'emploi 101**» sera proposé en option le 25 novembre pour les participants qui considèrent qu'une mise à jour sur la mobilité leur serait utile.

Le public a déjà adopté le mobile, assurez-vous d'optimiser votre contenu mobile afin d'offrir une expérience utilisateur à **valeur ajoutée**. Inscrivez le 26 novembre à votre agenda, et procurez-vous tous les outils nécessaires à une intégration réussie du marketing mobile à votre modèle d'affaires.



Diane Arseneau, LL.B., MBA
Directrice, Événements *Les Affaires*



26 NOVEMBRE 2013

Hôtel Hyatt Regency, Montréal

7 BONNES RAISONS DE PARTICIPER :

- Inspirez-vous des **modèles d'affaires** développés par plusieurs marques qui ont pris le virage de la mobilité
- **Démystifiez** les nombreuses possibilités offertes par la mobilité afin de faire les bons choix
- **Mesurez adéquatement** la performance de vos initiatives mobiles
- **Élaborez une approche spécifique** aux plateformes mobiles
- Optimisez vos contenus mobiles afin d'offrir une **expérience utilisateur à valeur ajoutée**
- **Intégrez efficacement** la stratégie mobile à votre stratégie d'entreprise
- Gardez l'œil sur l'avenir et restez à l'**affût** des prochaines technologies mobiles

PROGRAMME EN BREF

25 NOVEMBRE

13h À 16h → ATELIER A

26 NOVEMBRE

8h À 17h → CONFÉRENCE

27 NOVEMBRE

9h À 12h → ATELIER B

13h À 16h → ATELIER C

* Source : CEFRIQ, 2013

CONFÉRENCE | MARDI 26 NOVEMBRE 2013

8 h 00 **Accueil des participants**

8 h 30

Mot d'ouverture de la présidente d'honneur



Nathalie Dupont
Présidente
ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING

8 h 45 **TABLE RONDE**

Les marques à la recherche d'un modèle d'affaires pour intégrer le marketing mobile



Malik Yacoubi
Vice-président,
marketing mobile
COSSETTE



Sébastien Trahan
Chef de service
marketing interactif
LA SOCIÉTÉ DES CASINOS DU QUÉBEC



Louise Lanoix
Chef de service, applications libre-service
et applications mobiles
AIR CANADA



ANIMÉE PAR:
Sylvie Robitaille
Co vice-présidente
CONSEIL QUÉBÉCOIS D'IAB CANADA

- Des chiffres, des chiffres, encore des chiffres pertinents afin de prendre les bonnes décisions!
- Quels sont les freins au sein des organisations quand il s'agit d'intégrer le marketing mobile?
- Quels sont les risques pour votre entreprise de ne pas y être et comment les évaluer?
- Le fameux ROI en marketing mobile est-il illusoire?

9 h 30 **EXPERTISE**

Comprendre scientifiquement la mobilité : découvrez les habitudes et les réactions des consommateurs



Sylvain Sénécal
Codirecteur et
professeur titulaire
**TECH3LAB HEC
MONTRÉAL**



Pierre-Majorique Léger
Codirecteur et
professeur titulaire
**TECH3LAB HEC
MONTRÉAL**

- Que nous apprend l'occulométrie?
- Quels sont le profil typique et les habitudes du mobinaute?
- Le consommateur est-il toujours aussi attentif aux publicités?
- Comment bien comprendre le processus décisionnel du consommateur?

9 h 50 **ÉTUDE DE CAS**

Trouver votre modèle d'affaires pour intégrer le mobile : découvrez des stratégies et des tactiques adaptables à votre entreprise



Jonathan Gendreau
Conseiller principal, marketing interactif
GROUPE ST-HUBERT

- La «digitalisation» de vos clients et son impact sur votre stratégie marketing : pourquoi intégrer le mobile à votre modèle d'affaires?

- Comment incorporer efficacement le mobile à votre stratégie globale?
- Comment évaluer les efforts de marketing mobile par rapport aux autres activités de promotion et de ventes?
- L'avènement du mobile : stimuler vos clients, quel que soit l'endroit où ils se trouvent.

10 h 30 **Pause réseautage**

10 h 45 **ÉTUDE DE CAS**

Les défis du contenu : comment adapter ou développer votre contenu sur des plateformes mobiles tout en pensant à l'expérience utilisateur?



Jean-François Lebrun
Conseiller en communication marketing électronique
OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC

- Comment nourrir adéquatement vos plateformes mobiles?
- Comment optimiser la mise à jour du contenu mobile?
- Le *responsive design* permet-il une solution abordable et efficace à l'adaptation au mobile?
- Quels sont les critères indispensables à une expérience utilisateur optimale?

11 h 15 **ÉTUDE DE CAS**

Calculer en continu le rendement de votre stratégie mobile : rentabiliser votre investissement mobile



Chris Bryson
Président-directeur
général
UNATA



Ken Kuschei
Directeur Connaissance
de la clientèle
**LONGO BROTHERS
FRUIT MARKET**

Longo's est l'une des chaînes indépendantes de supermarchés les plus importantes du Canada. Elle est réputée pour son service à la clientèle impeccable et innovateur.

- Est-il vraiment possible de mesurer le rendement de l'investissement?
- Comment rentabiliser votre contenu mobile?
- Comment générer des marges de profit avec le mobile?
- Comment mesurer l'impact d'une campagne mobile?
- Comment innover et réinventer la formule du profit?

11 H 45 **ÉTUDE DE CAS**

Comment intégrer la mobilité dans une optique globale de service à la clientèle?



Julie Gaucher
Vice-présidente et Chef des opérations
GROUPE SUTTON

- Comprendre la complémentarité de la mobilité dans l'aspect relationnel entre la marque et le public;
- Comment créer un service mobile qui s'intègre parfaitement au mode de vie de votre clientèle?
- Comment mettre à profit la géolocalisation pour le service client?
- Comment développer une application spécifique à un type de public donné?

12 h 15 Dîner réseautage

13 h 30 ÉTUDE DE CAS

Unique au monde, l'application *STM Merci*: un carrefour idéal entre la localisation, le consommateur et la marque



Pierre Bourbonnière
Directeur marketing
STM



Hervé Pluche
Vice-président *Precision retailing solutions*
SAP

- Comment maîtriser l'espace urbain virtuel via la géolocalisation ?
- Comment personnaliser des offres selon le profil et la localisation du public ?
- Quelle est la clé de l'amélioration de l'expérience client ?
- Comment s'assurer de la confidentialité des données personnelles ?

14 h 00 ÉTUDE DE CAS

Comment le Centre Rockland a fait du mobile un nouvel assistant personnel pour le magasinage ?



Stéphanie-Alexandra Chartier
Directrice marketing
CENTRE ROCKLAND - IVANHOÉ CAMBRIDGE

- Quelle approche faut-il adopter pour établir un point de contact avec le consommateur ?
- Comprendre les possibilités d'interactions entre marques et consommateurs : code QR, coupons-rabais, alerte SMS et technologies émergentes ;
- Allier le contexte et le contenu tout au long du processus décisionnel du consommateur.

14 h 30 ÉTUDE DE CAS

Découvrez comment une application mobile a permis à Valentine de promouvoir sa marque et sa visibilité



Nicholas Rousseau
Directeur marketing
VALENTINE



Alexis Robin
Directeur Interactif et associé
LG2

- Comment atteindre un objectif concret compte tenu du nombre infini de possibilités ?
- Comment mettre en place un véritable plan d'affaires du marketing mobile à moyen et à long terme ?
- Comment créer un solide lien relationnel entre le consommateur et votre marque ?
- Comment concevoir la mobilité autrement que pour son aspect utilitaire ?

15 h 00 Pause réseautage

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 ou **514 290-0159**.

15 h 15 ÉTUDE DE CAS

Comment Bell Média a-t-elle réussi à intégrer le marketing mobile à son secteur B2B et à en tirer profit ?



Nathalie Doré
Vice-présidente, marketing et innovation
BELL MÉDIA

- Le marketing mobile est-il pertinent dans le secteur B2B ?
- Quel type d'expérience utilisateur faut-il proposer en B2B ?
- Comment intégrer des environnements multiplateformes de manière optimale ?
- Quels critères doit-on retenir en mobilité pour le secteur du B2B ?
- Comment cet outil mobile a-t-il mis à profit l'expertise de Bell Média ?

15 h 45

Le commerce mobile... Se lancer ou non dans le m-commerce ? Quel est votre plan d'affaires ?



Maxime Miville Deschênes
Chef, Marketing interactif & E-business
KIEHL'S SINCE 1851 - L'ORÉAL CANADA

- Comment optimiser l'utilisation du mobile afin d'accélérer l'intention d'achat du consommateur ?
- Comment combiner efficacement les trois dimensions spécifiques au mobile : personnalisation, instantanéité et géolocalisation ?
- Quels sont les défis logistiques du commerce mobile ?
- Comment intégrer intelligemment le commerce mobile à votre plan d'affaires ?

16 h 15 TABLE RONDE

Quel est l'avenir de la mobilité ?



Nicolas Darveau-Garneau
Directeur général
GOOGLE



Philippe Deslauriers
Directeur stratégie globale, projet ECM
BANQUE NATIONALE



Jean-Philippe Gauthier
Chef de l'exploitation et directeur général par intérim
MEDIATIVE



ANIMÉE PAR :
Martin Castonguay
Associé
DELOITTE

- Quelles nouvelles technologies créeront de nouvelles opportunités d'affaires en marketing mobile ?
- Comment le mobile est-il en train de remplacer notre portefeuille ?
- Quel avenir pour la publicité mobile ?
- Quels sont les risques potentiels associés à une multiplication des données mobiles ?

17 h 00 Fin de la journée conférence

LUNDI 25 NOVEMBRE

13 h 30 **A** Préparez votre entrée dans l'univers du marketing mobile et démystifiez-en l'écosystème : « Mode d'emploi 101 »



Carine Bidaux-Masse
Directrice de projets,
Solutions Mobiles
TC MEDIA



Sébastien Paris
Gestionnaire de
produits mobiles
TC MEDIA

Vous sentez que le marketing mobile est une nécessité, mais vous vous perdez dans la multitude des termes techniques, des types de plateformes et des outils à votre disposition.

Objectifs de l'atelier :

- Le **marketing mobile**, pourquoi, et pour qui ?
- Quel est le profil type des usagers de mobiles ?
- Plateformes iOS – Android – Windows, medium, fonctionnalités, sites mobiles, applications pour mobiles

et tablettes, géolocalisation, pub mobile, campagne SMS : **apprivoisez** le spectre des possibilités afin de **faire les choix** qui conviennent le mieux à vos objectifs ;

- Quelles sont les grandes étapes de mise en œuvre de votre **stratégie mobile** ?
- Quelles sont les **meilleures pratiques** en mobilité ?

Pourquoi participer ?

Grâce à cet atelier interactif, vous apprendrez à naviguer plus aisément dans la réalité complexe de la mobilité. On vous y fournira les bases nécessaires pour approfondir vos connaissances, et pour vous préparer à la journée conférence.

16 h 30 Fin de l'atelier pré-conférence

MERCREDI 27 NOVEMBRE

9 h 00 **B** Comment bâtir un modèle d'affaires qui intègre le marketing mobile à votre stratégie globale ?



Robert Gosselin
Président-directeur
général
WE ARE



Thomas Gobeil
Directeur, développement
des affaires et stratégie
WE ARE

Pour des millions de consommateurs, l'expérience virtuelle se déroule successivement dans des plateformes multiples. Cette complexification des canaux de visibilité représente un nouveau défi pour les entreprises, qui doivent atteindre leurs clients et intégrer efficacement le marketing mobile au sein de leur modèle d'affaires.

Apprenez comment :

- Gérer du contenu multiplateforme ;

- Déterminer les **besoins spécifiques** de votre entreprise et construire votre potentiel modèle d'affaires ;
- Mieux comprendre le potentiel et les **particularités** du marketing mobile ;
- Réfléchir à la mobilité dans sa **globalité** et dans son **unicité**.

Pourquoi participer ?

Grâce à cet atelier, vous aurez acquis un modèle détaillé de création ou d'amélioration de votre présence mobile. Vous serez en mesure de développer votre plan d'action afin **d'intégrer efficacement** le marketing mobile à votre stratégie marketing globale. La mobilité deviendra pour vous une vraie **opportunité d'affaires**.

12 h 00 Dîner réseautage pour les participants inscrits à la journée complète

13 h 30 **C** Comment évaluer concrètement l'impact de vos initiatives mobiles sur les consommateurs ?



Sandrine Prom Tep
Vice-présidente
Recherche UX
IMARKLAB



Yasha Sekhavat
Premier directeur App.
mobiles et engagement
GROUPE PAGES JAUNES

L'évaluation et la mesure doivent jouer un rôle crucial dans le déploiement de la stratégie mobile, la priorisation des dépenses de marketing et l'optimisation de ces programmes. Cet atelier se concentrera sur l'utilisation des mesures analytiques afin d'établir une relation client optimale.

Les sujets suivants seront abordés :

- Déterminez l'objet et les **indicateurs de performance** les plus pertinents selon votre stratégie mobile ;

- Découvrez les outils qui vous permettront de mesurer efficacement l'expérience utilisateur ;
- **Sachez reconnaître** les pièges à éviter dans la mesure de vos activités ;
- Comprenez la **valeur ajoutée** du mobile par rapport aux autres canaux de communication.

Pourquoi participer ?

Cet atelier vous permettra d'avoir en main tous les outils analytiques nécessaires qui vous permettront de vous lancer en toute confiance dans le mobile et de connaître pertinemment le rendement escompté.

16 h 00 Fin des ateliers

2^e édition

MARKETING MOBILE

25, 26 et 27 novembre 2013

		PRIX PROMOTIONNELS		PRIX RÉGULIER
		Prix jusqu'au 26 septembre	Prix jusqu'au 31 octobre	
25 nov.	Atelier A	○ + 395 \$	○ + 445 \$	○ + 495 \$
26 nov.	Conférence	○ 695 \$	○ 845 \$	○ 995 \$
27 nov.	Atelier B	○ + 395 \$	○ + 445 \$	○ + 495 \$
	Atelier C	○ + 395 \$	○ + 445 \$	○ + 495 \$

* Veuillez prendre note que les ateliers ne peuvent pas être vendus individuellement, ces activités sont offertes uniquement à l'achat de la conférence

Pour bénéficier du rabais en vigueur vous devez mentionner le CODE PROMO WEB

Nom : _____

Prénom : _____

Fonction : _____

Société : _____

Adresse : _____

Ville : _____

Province : _____ Code postal : _____

Téléphone : _____

Adresse électronique : _____

Si vous ne désirez plus recevoir de communications du journal *Les Affaires*, veuillez cocher cette case :

MODE DE PAIEMENT

- Paiement inclus (veuillez ajouter les taxes applicables indiquer votre numéro de facture sur votre chèque)
 Facturez-moi S.V.P. Visa Master Card Amex

N° de la carte : | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Signature : _____

Expiration : ____ / ____

Nom et titre de la personne responsable de l'approbation : _____

Tous les prix sont assujettis à la TPS et la TVQ à moins que votre organisation soit exonérée de ces taxes.

Numéro d'enregistrement TPS : R 874 372 402

Numéro d'enregistrement TVQ : 1205 098 115

CONTACTEZ-NOUS :

☎ : 514 392-4298 ou 1 855 392-4298

☎ : 514 392-2063

✉ : conferences@tc.tc



INVITEZ VOS COLLÈGUES ET PROFITEZ DE RABAIS AVANTAGEUX :

2 ou 3 personnes → 15 %

4 ou 5 personnes → 20 %

6 personnes et plus → 25 %

Rabais applicables sur les prix réguliers.

INSCRIVEZ-VOUS EN LIGNE : 
lesaffaires.com/evenements/marketingmobile

CET ÉVÉNEMENT S'ADRESSE AUX :

Vice-présidents, directeurs, responsables, marketing interactif-Web, stratégestes marketing et médias sociaux, chef de marque, gestionnaires, analystes web et intelligence d'affaires

ÉCHANGEZ SUR NOS COMMUNAUTÉS EN LIGNE :



Suivez-nous sur Twitter :

@la_evenements



Twitter avec le hashtag :

#LesAffaires



Joignez-vous à nos groupes LinkedIn :

Les Affaires Événements

MODALITÉS D'INSCRIPTION :

Les prix promotionnels sont valides du 26 septembre et 31 octobre 2013 inclusivement en mentionnant votre code promo. Ces rabais ne sont pas cumulables aux rabais de groupe. Les frais de participation comprennent la documentation de la conférence, 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 ou Master Card. Veuillez faire parvenir votre chèque à l'ordre de MÉDIAS TRANSCONTINENTAL SENC, en indiquant votre numéro de facture, 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 conferences@tc.tc au plus tard dix (10) 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

La conférence aura lieu à l'Hôtel Hyatt Regency, 1255 Jeanne-Mance, Montréal (Québec) H5B 1E5. Les ateliers pratiques auront lieu chez Google, 1253 Avenue McGill College Bureau 150, Montréal, Qc, H3B 2Y5.

PARTICIPANT 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.