



# SOCIAL MARKETING DAY

MERCREDI 21 JANVIER 2015 - PARIS  
CAMPUS BINGEN

Un événement organisé par l'ICD Business School, 100% professionnel, réservé aux annonceurs, avec des dirigeants, managers, experts, enseignants-chercheurs, instituts de sondage, entreprises innovantes pour faire le point sur le Social Marketing, le Social Business et son ROI, les communautés de marque, l'engagement Clients ou encore le crowd sourcing.

12 rue Alexandre Parodi – 75010 Paris  
01 80 97 66 00 - [www.icd-ecoles.com](http://www.icd-ecoles.com)

# PROGRAMME

**8h45 :** Accueil des participants

**9h15 :** Patrick Thill, Directeur général - Groupe IGS

**9h20 :** Tawhid Chtioui, Directeur - ICD Business School

**9h25 :** Pierre Morgat, Enseignant-Chercheur - ICD Business School ; Fondateur du Social Marketing Day

**9h30 :** Conférence plénière d'ouverture - **Le Consommateur social & l'impact sur les marques ou enseignes**

• **Animation :** Hélène Campourcy, Vice-Présidente Marketing & Innovation - Teleperformance

Frédéric Lobermann, Directeur Marketing Expérience Clients - Orange : L'impact du Social sur l'expérience Clients

Caroline Kazmierczak, Responsable CRM - Nocibé : Retour d'expérience et perspectives

Hervé Pépin, Responsable de l'Atelier Mobilité et Media Sociaux - SNCD : L'étude «Connect Attitude» du SNCD sur les comportements des consommateurs, le web social et mobile en 2014

Franck Le Huédé - CREDOC : Le comportement du consommateur social et ses enjeux

Frederick Wehrle, Enseignant-Chercheur - ICD Business School : l'Eye Tracking pour comprendre et analyser le Social Shopper.

**10h15 :** Conférence 2 - **Idéation & crowd sourcing via les media sociaux**

• **Animation & intervention :** Yolande Piris, Maître de Conférences - Université Panthéon-Assas : Les motivations des consommateurs à contribuer dans les communautés de marque ou le miracle de la génération de contenus sociaux à haute valeur ajoutée.

Anne Esquelisse, Responsable Veille et Prospective - FDJ : Peut-on innover en remontant la voix des clients ?

Isabelle Collin, Responsable Etudes et Développement - iDTGV / SNCF : Les limites et avantages des media sociaux en matière de crowd sourcing.

Stéphane Contrepois, CEO - Myfeedback : La voix du client mobile et l'intelligence du questionnement

Christopher Montémont, CEO - Smart Tribune : Faire participer les membres de la communauté à la création de nouveaux produits ou services

**11h00 :** Pause networking

**11h30 :** Conférence 3 - **Les outils & stratégies d'engagement : meilleures pratiques internationales**

• **Animation & intervention :** Professeur Vincent Duto, ESG : Les facteurs favorisant l'engagement au sein d'une communauté de marque

Philippe Le Magueresse, DGA - OpinionWay : Comment définir et mesurer l'engagement avec des méthodes scientifiques ? Quelles applications pour vos marques ?

Olivier Le Garlanetzec, DG - Europe Phone Valley et DGA - DIGITAS LBI : Comment impliquer, engager le consommateur «social» via le mobile Marketing ?

Thierry Cotillard, Directeur de l'Offre alimentaire - Intermarché & Rodolphe Marinier, CEO - Scoreway :

Le Mobile Customer Care, pour optimiser fidélisation, conquérir et booster le ROI dans l'univers du retail.

**12h15 -13h15 :** Table ronde - **Le Social Marketing est-il l'avenir des marques ?**

• **Animation :** Pierre Morgat, Enseignant-Chercheur - ICD Business School  
Didier Farge, Président - SNCD

Jean-Michel Raicovitch, Président - ADETEM  
Bérangère Lamboley, Directrice Marketing, Communication et Digital BRICOMAN - Groupe ADEO  
Bernard Cherqui, Président du Directoire - Mondial Tissus  
Guillaume Legaut, DG - UCPA

- Enjeux & opportunités
- Menaces & limites
- Les meilleures pratiques du Social Marketing
- Quel modèle choisir : réseaux sociaux ou communautés de marque ?

**13h15 :** Pause déjeuner

**14h30 :** Conférence 4 - **Retail du commerce connecté au Social Commerce**

• **Animation :** Sophie Lubet, Directrice du pôle Retail & e-Business - Comexposium

Mélanie Coutant, Responsable CRM - Printemps : Du CRM au Social CRM : Stratégie, ROI, traçabilité et meilleures pratiques .

Anne Breville, Directrice Marketing - CAMIF - MATELSOM

Laurent Mayer, CEO - Dialog Feed

Vincent Vantilcke, CMO - Huawei France

**15h15 :** Conférence 5 - **Social Big Data & données polymorphes : vers de nouveaux métiers ou compétences**

• **Animation :** Professeur Othman Boujena, Directeur Majeure Marketing - Neoma Business School

Pierre-Marie Desbazeille, Directeur CRM & Digital Groupe - Grand Vision : L'intelligence Marketing en univers contraint

Emmanuel Mignot, PDG et fondateur - Teletech

Louis-David Benyayer, Enseignant-Chercheur - ICD Business School

**16h00 :** Networking session

**16h30 :** Conférence 6 - **Du Social Marketing au Social Business : ROI & stratégie d'entreprise**

• **Animation :** Pierre Morgat, Enseignant-Chercheur - ICD Business School

Florent Nosel, Directeur Marketing Digital - Kiloutou

Tim Wirth, DG France & Benelux - Lithium

**17h15 :** Fin de la 1<sup>ère</sup> édition du Social Marketing Day