



IREP FORUM

(28 avril 2020)

Sera décalé à une date ultérieure

Le Comité de programme de l'**IREP FORUM** en partenariat avec l'**UDECAM** sera présidé par Mme **Magali Florens CEO de Mindshare.**

L'EFFICACITE sans DATA : alternatives ou mutations ?

La «précieuse» Data est au centre des préoccupations du numérique et plus globalement de l'ensemble du marché de la communication, du marketing et des médias face au nouveau « cookie-défi » qui s'annonce.

Mais de quelle data parle-t-on, la data n'est pas que «cookie», toute mesure ne se nourrit-elle pas de data ?

Les alternatives, qu'elles soient stratégiques ou opportunes, technologiques, mixées, ou upgradées, vont challenger les mesures de performance et d'efficacité pour apporter aux marques de nouvelles expertises.

Notre appel à intervention s'articule autour de plusieurs thématiques :

Context Planning face à Audience Planning, un retour à l'affinité contextuelle qui pourrait re-challenger l'efficacité des actions de communication ?

L'hyper-ciblage, la précision marketing est-il la seule voie face aux stratégies de «ruissellement» vers des cibles plus larges, des cibles connexes ? Quel serait l'apport du «macro» face au «micro» ?

Quelles sont les principales mutations des mesures de performances des marques ?

Quel renouveau des mesures holistiques ?

Les nouvelles mesures qualitatives (attention, émotion...) peuvent-elles être une alternative à l'hyper-quantification ?

Doit-on (ré)inventer de nouveaux Kpi's de mesure de la performance pour les marques ?

IREP

44, rue Cambronne 75015 Paris – tél. +33 (0)1 45 63 71 73
E-mail : irep.infos@irep.asso.fr - Site : www.irep.asso.fr



Ce que nous attendons

Des présentations de QUALITÉ : étayées, solides, fiables, scientifiques...

Un parti-pris de CLARTÉ : démontré, explicité, informatif, opérationnel, utile...

Un angle de vue NOVATEUR : Créatif, prospectif, innovant dans la démarche, les outils, les process ou la réflexion

⇒ **Ce que nous refusons** : des présentations argumentaires, commerciales, d'auto-promotion

Des propositions de la part

Annonces, Agences Conseils en Communication, Agences Médias, Médias et Régies Publicitaires, Instituts d'Études, Cabinets Conseils, Chercheurs/Universitaires, Organismes Professionnels...

Pour y répondre

Tout projet, sans exception, doit faire l'objet d'un descriptif détaillé précisant les points suivants (cf. questionnaire joint)

Seuls seront pris en considération les papiers complétés de ce descriptif détaillé :

- Entreprise émettrice
- Orateur(s) proposé(s)
- Titre du sujet proposé
- Démarche, méthode et moyens mis en œuvre
- Principaux enseignements scientifiques et/ou opérationnels
- Perspectives

⇒ **Le Comité de programme sélectionne les propositions à retenir**

Lorsque le projet est confirmé par le Comité de Programme

- Une présentation de 20 minutes maximum + 5 minutes de questions
- En format powerpoint (16/9)
- Votre photo (minimum 2Mo)
- Votre bio express en quelques lignes
- Un résumé de votre intervention (1/2 page environ)
- Votre accord afin que votre intervention soit diffusée aux participants en format PDF ainsi que la mise à disposition de nos membres au sein de notre base de données Com'search.
- Votre accord pour une captation vidéo et une diffusion en replay sur notre plateforme IREP à destination des participants.

Votre proposition d'intervention nous sera adressée
Avant le 30 avril 2020

IREP

44, rue Cambronne 75015 Paris – tél. +33 (0)1 45 63 71 73

E-mail : irep.infos@irep.asso.fr - Site : www.irep.asso.fr



IREP FORUM (april 28th, 2020) will be shifted to a later date

The Program Committee of **the IREP FORUM in partnership with UDECAM** will be chaired by **Mrs Magali Florens, CEO Mindshare.**

EFFICIENCY without DATA: alternatives or mutations?

Precious" Data is at the center of digital concerns and more generally of the entire communication, marketing and media market in the face of the new "cookie-challenge" that is coming.
But what data are we talking about, data is not just a "cookie", doesn't every measure feed on data?
The alternatives, whether strategic or timely, technological, mixed, or upgraded, will challenge performance and efficiency measurement to provide brands with new expertise.

Our call for topics revolves around several themes:

Context Planning versus Audience Planning, a return to contextual affinity that could re-challenge the effectiveness of communication actions?

Is hyper-targeting, precision marketing, the only way to face "trickle down" strategies towards larger targets, or related targets?

What would be the contribution of the "macro" compared to the "micro"?

What are the main changes in brand performance measurement?

What about the revival of holistic measurement?

Can the new qualitative measures (attention, emotion, etc.) be an alternative to hyper-quantification?

Should we (re) invent new Kpi's of performance measurement for brands?

IREP

44, rue Cambronne 75015 Paris – tél. +33 (0)1 45 63 71 73

E-mail : irep.infos@irep.asso.fr - Site : www.irep.asso.fr



What do we expect

QUALITY presentations :Supported, solid, reliable, scientific ...

A bias of CLARITY: Demonstrated, explicit, informative, operational, useful...

INNOVATE topics :Creative, forward-looking, innovative in the process, the tools, the processes or the reflection

What we refuse : commercial arguments, self-promotion...

Topics from

Advertisers, media agencies, advertising sales houses, Institutes, Consulting firms, researchers / Academics, Professional organizations...

To answer

Every topic, without exception, must be the subject of a detailed description specifying the following points.

Only the completed papers of this detailed description will be taken into consideration:

- Issuing company
- Proposed speaker(s)
- Suggested title
- Approach, method and means implemented
- Main scientific and/or operational lessons

The Program Committee decides which projects to select

Once your topic is confirmed by the Program Committee

A presentation of 15 to 20 minutes maximum + 5 minutes of questions

- In PowerPoint format (16/9)
- Your Photo (maximum 2Mo)
- Your bio express in a few lines
- A summary of your intervention (about 1 page)

Your agreement to share your intervention with the participants in PDF format as well as the availability of the PDF for our members within our Comsearch database.

Your agreement to be filmed, in order to replay broadcast on our IREP platform for participants.

Your participation is equivalent to accepting different broadcasts.

In the absence of consensus on a project, it will be submitted for approval to the IREP Scientific Council.

**Your proposal for topic must be addressed
Before April 30th, 2020**

IREP

44, rue Cambronne 75015 Paris – tél. +33 (0)1 45 63 71 73

E-mail : irep.infos@irep.asso.fr - Site : www.irep.asso.fr