

IREP FORUM

14 mai 2019

Le Comité de programme de l'**IREP FORUM du 14 mai 2019** en partenariat avec l'**UDECAM** sera présidé par **Mme Laure Debos DG Data Sciences Publicis Media France et Présidente de la Commission “mesures et analytics” de l’Udecam.**

IA, Data : accélération des mesures de la performance de marque ?

Aller plus loin et plus vite pour mesurer l’efficacité de la communication publicitaire est un enjeu qui bénéficie de l’accélération de la maîtrise de la data et de l’IA.

La sophistication des nouvelles technologies, la pertinence de méthodes et expertises inédites, l’émergence de nouvelles compétences sont autant d’opportunités pour les marques, les agences médias et les régies publicitaires pour challenger les mesures d’efficacité et les transformer.

Mesurer les effets sur le court terme ou le long terme d’une communication, quantifier la contribution de chaque point de contact sont 2 axes essentiels d’évaluation pour les marques.

La transformation de ces mesures est le sujet de cette matinée au travers d’approches ou de méthodes mises en œuvre en France mais aussi à l’international.

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

Quels nouveaux types de modèles à base de Machine Learning ?

Les nouvelles mesures holistiques ?

Les mesures en temps réel ?

Optimisation du ROI et construction du capital de marque sont-ils des objectifs contradictoires ?

Comment bien mesurer les points de contacts qui se démultiplient de plus en plus ?

Quels sont les nouveaux modèles de segmentations ?

La data, un atout pour déterminer les bons insights vecteurs d’efficacité ?

Quelles nouvelles technos ? Nouvelles méthodes de mesure de la performance de la communication ?

Est-ce la fin des modèles économétriques ?

Ce que nous attendons

Des présentations de QUALITÉ

Étayées, solides, fiables, scientifiques...

Un parti-pris de CLARTÉ

Démontrés, explicités, informatifs, opérationnels, utiles...

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 pour 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 qui décide des projets à retenir**

Une fois que votre projet sera confirmé par le Comité de Programme

- Une présentation de 15 à 20 minutes maximum + 5 minutes de questions
- En format Powerpoint (16/9)
- Votre Photo (maximum 2 Mo)
- Votre bio express en quelques lignes
- Un résumé de votre intervention (1 page environ)
- Votre accord afin que votre intervention soit diffusée aux participants en format PDF ainsi que la mise à disposition de celle-ci à nos membres au sein de notre base de données Comsearch.
- Votre accord pour une captation vidéo et une diffusion en replay sur notre plateforme IREP à destination des participants.
 - ⇒ **Votre participation équivaut à l'acceptation de différentes diffusions.**
 - ⇒ **En l'absence de consensus sur un projet, celui-ci sera soumis à l'approbation du Conseil Scientifique de l'IREP.**

**Votre proposition d'intervention doit être adressée
Avant le 29 mars 2019**

IREP FORUM

May 14th, 2019

The Program Committee of the **IREP FORUM** on May 14th, 2019 in partnership with **UDECAM** will be chaired by **Mrs Laure Debos, DG Data Sciences Publicis Media France and Chair of the Commission Measures and Analytics of Udecam.**

IA, Data: acceleration of brand performance measurement?

Going further and faster to measure the advertising effectiveness communication is an issue that benefits from the acceleration of the mastery of data and AI.

The new technologies' sophistication, the new methods' relevance and expertise, the emergence of new skills are opportunities for brands, media and advertising agencies to challenge efficiency measurement and to transform them.

Measuring short-term or long-term effects of a communication, quantifying each touch points' contribution are two essential objectives for brands.

Transformation of measurement is the subject of this seminar through approaches or methods implemented in France but also internationally.

Our call for intervention revolves around several themes:

What are the new types of modelling based on machine learning?

The new holistic measurement?

What about « Real time » measurement?

Are ROI optimization and branding conflicted goals?

How to measure the more and more increasing touchpoints?

What are new segmentation models?

The data, an asset to identify the good insights for efficiency?

Which new technology? Which new methods to measure brand performance?

Is this the end of econometric models?

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...

Proposals from

Advertisers, media agencies, advertising sales houses, Institutes, Consulting firms, researchers /

Academics, Professional organizations...

How to answer

Every project, 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
- Outlook

⇒ **The Program Committee decides which projects are selected**

Once your project is confirmed by the Program Committee

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

- In power point format (16/9)
- Your photo (maximum 2Mo)
- Your quick resume (a few lines)
- A summary of your presentation (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 must be addressed
Before March 29th, 2019**