

## IREP FORUM

16 novembre 2021

L'IREP Forum en partenariat avec l'Union des marques, qui aura lieu le 16 novembre 2021 en format visioconférence avec replay, aura pour thème :

### Le long terme, une priorité ?

Si les objectifs des entreprises et des marques demeurent inchangés : acquérir des clients, les fidéliser, et gagner des parts de marché, le pilotage des moyens s'est complexifié avec le déploiement du digital et de l'omnicanalité, la démultiplication des datas, et la profonde mutation des attentes des consommateurs.

Nous souhaitons approfondir la notion de long terme, l'apport de cette temporalité, cette durabilité dans la stratégie des marques, sachant, que le long terme peut varier dans son acception selon le secteur d'activité, le cycle de vie des marques, et ce que l'on mesure.

Selon la formule, *le court terme doit donner un ballon d'oxygène au long terme*, l(es) arbitrages entre la stratégie long terme et le court terme sont fréquents pour les entreprises et leurs marques, et lorsque ces 2 temporalités deviennent paradoxales : comment garder le cap ?

#### Les thématiques proposées :

##### Long terme, valeur de marque et capital de marque

Comment les marques intègrent-elles les trends sociétaux dans leur stratégie long terme : éthique, responsabilité sociétale et environnementale, décryptage des signaux faibles ... ?

Comment protéger une marque sur le long terme et préserver son capital et sa valeur ?

Comment les entreprises engagent leurs organisations dans la stratégie long terme : culture et engagement d'entreprise, mise en place des process, structuration des équipes ... ?

##### Long terme et court terme, quelle(s) orchestration(s) ?

Comment concilier la rentabilité à court terme et stratégie long terme ?

Quel pilotage et quels moyens sont mis en œuvre par les entreprises pour adapter leur stratégie long terme sur le court terme ?

Le court terme nourrit-il le long terme et vice-versa ?

Quelle est la contribution du court terme sur le long terme ?

La fidélisation des clients se construit-elle uniquement sur le long terme ?

##### Long terme, mesures et Data :

Comment mesurer la création de valeur à long terme avec l'accroissement des volumes de données et de multiplication des datas : quelles données signifiantes retenir ? quelles solutions mises en œuvre (ère post cookie), peut-on mesurer sur le long terme la synergie des canaux ?

Quelle pérennité et validité des datas dans un cadre qui évolue ?

Quelles mesures, quels Kpi's prendre en compte pour mesurer l'efficacité des actions marketing et de communication à long terme (branding, ventes) ?

Doit-on faire évoluer les critères de mesure du long terme en fonction des avancées technologiques (IA) ? des transformations sociétales et comportementales ?

### **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 ou/et d'auto-promotion

### **Des propositions de la part**

Des marques, des agences conseil en communication, des agences médias, de médias ou de régies publicitaires, des instituts d'études, des cabinets de conseil, des chercheurs/universitaires

### **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 pour 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 22 octobre 2021**