

IREP FORUM

17 novembre 2020

L'IREP Forum en partenariat avec l'union des marques, qui aura lieu le 17 novembre 2020 en format visioconférence avec replay, aura pour thème :

Transversalité, omnicanalité, quelles mesures ?

Mesurer, quantifier, évaluer la performance des campagnes de communication, si l'objectif reste constant et central pour les marques, les moyens à mettre en œuvre se sont considérablement complexifiés avec la multiplication des points de contacts en particulier numériques.

Aujourd'hui les mesures dont disposent les marques pour suivre l'efficacité globale de leurs campagnes sont principalement liées à des modèles économétriques pour mesurer la contribution des leviers du mix : MMM (Marketing, Mix, Modelling) et, pour les leviers digitaux au MTA (Multi Touch Attribution). Mais comment concilier ces deux approches ?

L'impact sur les ventes et son ROI, qu'il soit considéré à court ou à plus long terme, les parcours d'achat mixés On/Off, l'essor du e-commerce, demain l'avènement de la TV segmentée : comment les mesures se sont-elles adaptées à ces transformations rapides et évolutives ?

Quelles sont les directions envisagées dans cette quête légitime de «tout mieux mesurer» de manière transverse et précise, en prenant en compte tous les canaux ?

Notre appel à interventions s'articule autour 2 thématiques,

Mesure de la transversalité

Quels sont les principaux enseignements des modèles économétriques de type MMM (Marketing Mix Modelling) ?

Quels benchmarks pour le ROI à court et long terme ?

Quels sont les principaux axes d'optimisation de ces modèles MMM ?

Les enseignements sont-ils similaires en France et à l'international pour le MMM ?

Quels sont les principaux enseignements mesurés par le MTA (Multi Touch Attribution) ?

Quel canal utiliser pour optimiser ses performances digitales ?

Comment intégrer les performances des Gafa : Google, Facebook, Amazon ?

Comment rapprocher les résultats du MTA des outils d'achat et de bidding avec le last click ?

Comment connecter le MTA aux ventes ?

Les canaux offline pourraient-ils être pris en compte dans le MTA ?

Comment les 2 mesures MMM et MTA pourraient-elles se compléter ?

Mesure de l'Omnicanalité dans les parcours d'achat de plus en plus hybrides On/Off

Quelles approches méthodologiques pour mesurer les ventes à 360° online et en magasin ?

Comment évaluer la contribution de chacun des canaux online et offline ?

Comment mesurer la contribution de chacune des activations (média, e-retail média, activations magasin) aux ventes ?

Quel ROI selon le point d'achat ?

Quelle convergence entre les 2 canaux d'achat ?

IREP

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

D'annonceurs, d'agences conseil en communication, d'agences médias, de médias ou de régies publicitaires, d'instituts d'études, de cabinets de conseil, de chercheurs/universitaires, d'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 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 27 octobre 2020**