

◦ MEDIA INTELLIGENCE ◦ FAKE NEWS ◦
E-REPUTATION ◦ MARKET INFLUENCE

INFLUENCE DAY PARIS

14 NOVEMBRE 2018

📍 EGE - 196, RUE DE GRENELLE PARIS 75007

DES INFLUENCEURS & DES MARQUES

MEDIA INTELLIGENCE | GESTION DE CRISE | E-REPUTATION | STRATÉGIES D'INFLUENCE

BY VEILLEMAG

PROGRAMME CONFÉRENCES THÉMATIQUES
GRAND AUDITORIUM • MATIN ACCUEIL : 8H30
ACCÈS GRATUIT SUR INSCRIPTION

- **Fake News ! La grande peur**
- **Devenons-tous des Fact-checkeurs !**
- **Marketing d'Influence : le grand bluff !**
- **Influenceurs : nous ne sommes pas des hommes sandwichs !**
- **Comprendre, Détecter, Evaluer.**

Comment exploiter le potentiel des micro-influenceurs ?



La 6ème édition de Influence-Day Paris, événement dédié à la Media Intelligence, la Gestion de Crises, l'e-Reputation et les Stratégies d'influence, organisé par Veille Magazine aura lieu le

Quand : Mercredi 14 novembre 2018 -
Où : EGE. 196 rue de Grenelle. 75007 Paris

Métro : Ecole Militaire

01 77 16 37 75

Inscription gratuite sur confirmation

Café d'accueil à partir de 8h30



BIENVENUE !

INFLUENCE DAY PARIS

14 NOVEMBRE 2018

EGE - 196, RUE DE GRENELLE PARIS 75007

DES INFLUENCEURS & DES MARQUES

MEDIA INTELLIGENCE GESTION DE CRISE E-REPUTATION STRATÉGIES D'INFLUENCE

BY VEILLEMAG



« Maîtriser les solutions de veille et de Media Intelligence, anticiper les risques de réputation, détecter les influenceurs et les réseaux clés, adopter des modèles agiles de décision en situation de crise, et en plus apprendre à coordonner l'ensemble, voilà les défis lancés aux managers, à leurs équipes et aux parties prenantes impliquées dans la performance globale des organisations privées et publiques. Gardez le contrôle ! » souligne Jacqueline Sala, Directrice de Veille Magazine.

14 nov. 9h00. @InfluenceDay

Bienvenue !

par Christian Harbulot,
François Bernard Huyghe,
Jacqueline Sala

Nous aurons le plaisir de vous accueillir pour une des temps forts de cette 6ème édition.

La matinée sera ensuite animée et coordonnée par François-Bernard Huyghe qui animera les débats et les questions/réponses entre les intervenants et les auditeurs.

9h30. 10h15

Fake News. Devenons-tous des Fact-checkeurs !

Caroline Faillet, Boléro



Caroline Faillet

De formation HEC, Caroline Faillet crée sa première entreprise du digital sur le campus de l'école de commerce.

Passionnée des phénomènes de propagation propres au web, elle crée une agence spécialisée dans les techniques de création de trafic et de collecte de bases de données par les contenus à potentiel viral.

En 2003, attentive à l'émergence des blogs et des wikis aux Etats-Unis, elle élabore une méthodologie de cartographie des phénomènes d'influence qui permettra de fiabiliser et rationaliser cette approche des mécanismes communautaires.

◦ ◦ ◦

Dans un monde en infobésité, il devient crucial de réagir pour protéger à la fois le citoyen, mais aussi notre économie et la réputation de nos entreprises. Mais que faire face à ce Tsunami venu du web ?

Quels rôles peuvent jouer les plateformes, les institutions, les entreprises et la presse ?

Comment mettre fin au risque de désinformation et adapter nos défenses à ce nouvel art de la guerre digitale ? La solution, devenons-tous des Fact-checkeurs!

Le 14 novembre, Caroline Faillet vous dévoilera tout pour anticiper et agir sur le monde de la Postvérité.

Le marketing d'influence Le grand bluff !

Retrouvez Cyndie Bettant.
Grand Auditorium
Inscription gratuite sur



CYNDIE BETTANT

Responsable Marketing et Communication depuis plus de 10 ans, Cyndie s'est construit une solide expertise en matière de marketing d'influence, relations presse et nouvelles technologies de communication.

Cyndie conduit la stratégie de communication en France de Cision :

Leader Mondial du Logiciel de RP et d'influence. Elle multiplie les conférences afin que les professionnels des RP, de la Communication et du Marketing, mesurent les évolutions des medias, des pratiques journalistes, blogueurs et embrassent les évolutions technologiques de leur métier.

Dans chacune de ses expériences, elle a toujours placé les nouvelles technologies comme levier majeur de performance et pousse les professionnels de la communication à se réinventer avec une vision plus globale, plus transverse, plus stratégique et plus digitale de leur métier.

Voir le site web : [Cision](#)

"Il faut développer notre reach sur Twitter. Cet influenceur devrait parler de nous sur Instagram ! Il faut absolument augmenter notre nombre de mentions sur les réseaux sociaux. Pourquoi nos posts ne sont-ils pas plus partagés ? Notre marque doit travailler son influence" Ca vous rappelle quelque chose ??? Sûrement ce que votre boss vous demande au quotidien...

Mais qu'est ce que l'influence? Ce terme n'a-t-il pas été galvaudé ces derniers temps, en se réduisant à du placement produit ou autres posts sponsorisés? N'a-t-on pas déformé cette notion? Est-ce vraiment rentable?

Stop ! Back to the basics. Revoyons ensemble ce qu'est l'influence, comment construire des relations influenceurs et une vraie stratégie d'influence avec le bon équilibre Paid/Owned /Earned Media.

Cyndie Bettant.

Content & Influence Manager Cision / Culture RP

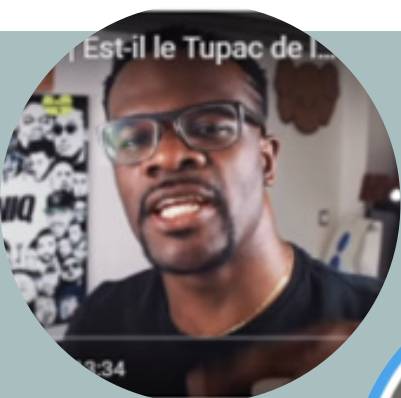
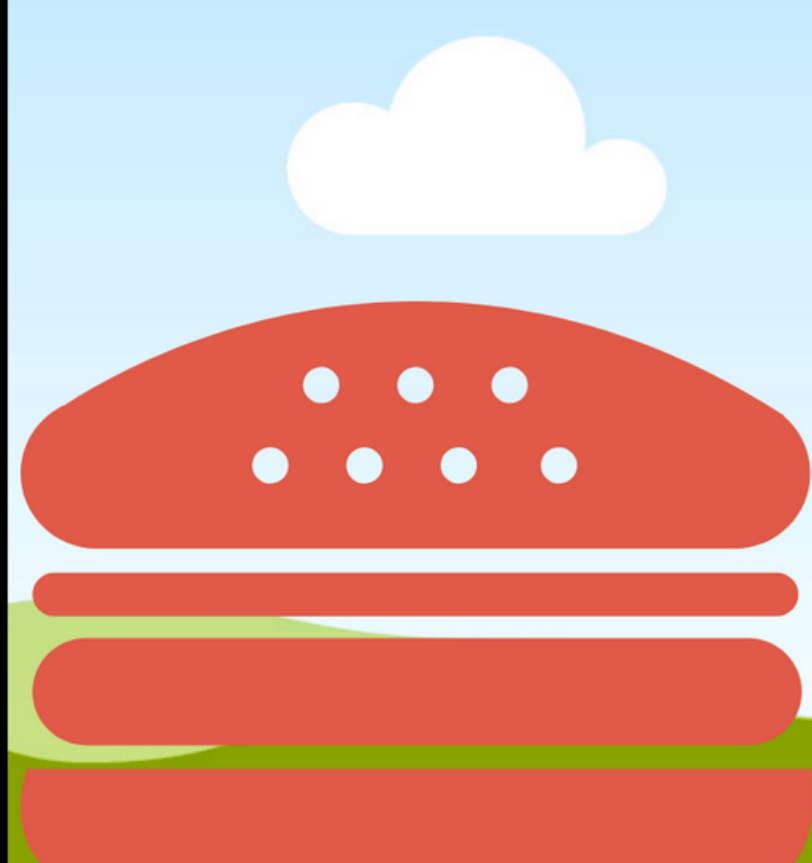
Table ronde

animée par Cyndie Bettant

INFLUENCEURS

NOUS NE SOMMES PAS DES HOMMES SANDWICHS

Parmi nos invités
Catherine Cervoni
Olivier Cimelière
HYCONIQ MAG
PARISIANAVORES



Cette idée matraquée depuis quelques temps n'a-t-elle pas sonné le début du grand malentendu de la notion d'influence? De l'homme sandwich au créateur, de l'opportuniste à l'expert, des gens de téléréalité aux véritables stars... parle-t-on de la même influence ? A l'heure où le marketing rassemble joyeusement tous ces acteurs dans le même panier, le marketing d'influence a-t-il encore de la valeur ? N'a-t-on pas confondu la "mass influence" avec les relations d'influence, comment travailler autrement et quels investissements y consacrer?

Table ronde animée par Cyndie Bettant, Cision Pistes de réflexion avec nos experts.



COMPRENDRE, DÉTECTER, ÉVALUER

Comment exploiter le potentiel des micro-influenceurs ?

INFLUENCE DAY
PARIS

Christophe Asselin

Depuis 1997, Christophe Asselin s'est spécialisé dans les outils de recherche sur internet et les solutions intégrées de veille (collecte, analyse, diffusion de l'information) et de social media monitoring. Chez Digimind France, il est responsable de la cellule Analyse. Il publie des contenus à valeur ajoutée. Il intervient également auprès des médias et en conférences.

Domaines d'intervention

Veille stratégique

Analyses et Audit de réputation

Social Media Monitoring

e-réputation

Architecture du système d'information de veille, paramétrage

Accompagnement du changement sur les aspects logiciels

Expression des besoins en matière de surveillance du net

Le temps des micro-influenceurs

Comment détecter ces influenceurs ?

S'il faut inclure les micro-influenceurs dans votre stratégie marketing ?

Comment les détecter ?

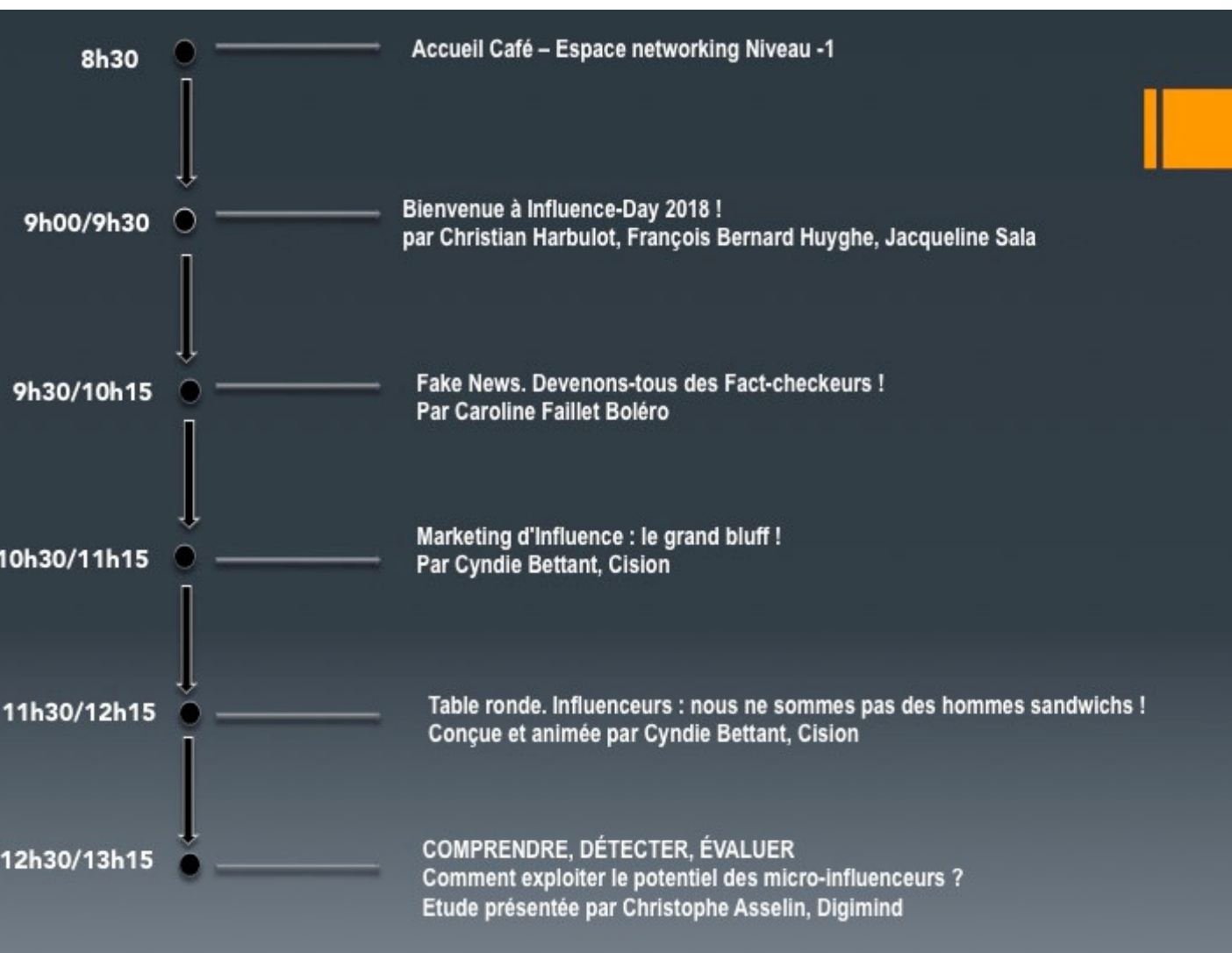
Sur quels KPIs s'appuyer pour évaluer une action de marketing d'influence ?

Etude du cas pratique des influenceurs dans l'écosystème du Running.

Analyse et méthodologie appliquée.



AU SOMMAIRE 14 NOV 2018
@INFLUENCEDAY
CONFÉRENCES THÉMATIQUES
GRAND AUDITORIUM
A PARTIR DE 8H30



8h30	●	Accueil Café – Espace networking Niveau -1
9h00/9h30	●	Bienvenue à Influence-Day 2018 ! par Christian Harbulot, François Bernard Huyghe, Jacqueline Sala
9h30/10h15	●	Fake News. Devenons-tous des Fact-checkeurs ! Par Caroline Faillet Boléro
10h30/11h15	●	Marketing d'Influence : le grand bluff ! Par Cyndie Bettant, Cision
11h30/12h15	●	Table ronde. Influenceurs : nous ne sommes pas des hommes sandwiches ! Conçue et animée par Cyndie Bettant, Cision
12h30/13h15	●	COMPRENDRE, DÉTECTER, ÉVALUER Comment exploiter le potentiel des micro-influenceurs ? Etude présentée par Christophe Asselin, Digimind

EN PARALLÈLE
DES ATELIERS SOLUTIONS INNOVANTES
ET TOUT UN PROGRAMME
JUSQU'À 18H00... SUIVEZ-NOUS
WWW.INFLUENCE-DAY.COM