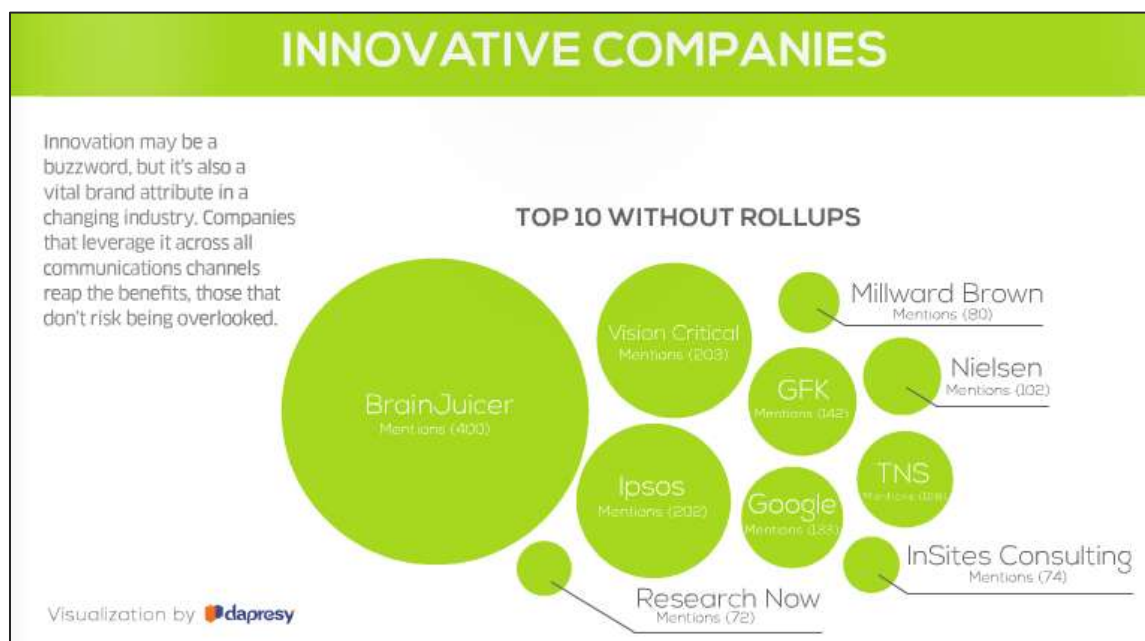


L'Association de la Recherche et de l'Intelligence Marketing vous convie à un événement spécial, le jeudi 10 avril prochain, qui portera sur l'innovation et la transformation dans le monde de la recherche marketing.

Au cours de cette journée, vous aurez l'occasion d'entendre des conférenciers qui proviennent ou qui utilisent les services de quelques-unes des compagnies perçues comme étant les plus innovantes en recherche marketing, selon le plus récent rapport GRIT.



Nos conférenciers invités :

<p>JEAN-FRANÇOIS RENAUD</p> <p>ADVISO</p> <p>Les outils de mesure de la marque en ligne</p>	<p>BRIGITTE VALLÉE ET ISABELLE SAINT-LOUIS</p> <p>STM</p> <p>Ma voix ma STM : une communauté de clients engagés via la recherche</p>	<p>MARGOT ACTON</p> <p>TNS</p> <p>L'avenir du <i>Consumer Intelligence</i></p>	<p>NESHAT SANEI</p> <p>RESEARCH NOW</p> <p>La recherche dans un monde mobile</p>	<p>BERNIE MALINOFF</p> <p>ELEMENT54</p> <p>L'évolution de la recherche et de la technologie</p>
---	--	--	--	---

Cet événement se déroulera à l'hôtel HYATT REGENCY MONTRÉAL

Salle Soprano A

1255 Jeanne-Mance, C.P. 130, Montréal, QC H5B 1E5 Canada

Un petit-déjeuner continental ainsi qu'un repas chaud sont prévus.

Réservez maintenant! Le nombre de place est limité.

Date limite d'inscription : 4 avril

225 \$ pour les membres et 275 \$ pour les non membres

Veuillez prendre note que votre paiement doit être envoyé et reçu d'avance. Aucun paiement ne sera accepté le jour même de l'évènement.

Des points seront alloués aux détenteurs de la désignation **PARM** pour leur participation. Afin de faciliter l'octroi de vos points, nous vous encourageons à vous inscrire via le **portail** de l'ARIM à l'adresse suivante :

<https://www.mriaportal-arimportal.ca/fr/mpower/mpp/welcome.do>

1. Ouvrez une session.
2. Cliquez sur **Évènements et publications** (dernier point dans le menu à gauche).
3. Cliquez sur **Inscription à un évènement / achat d'une publication.**
4. Choisir cet évènement parmi la liste.
5. Cliquez sur **Poursuivre la transaction.**
6. Entrez les données de votre carte de crédit ou choisissez l'option de paiement par chèque.
7. C'est tout !

Programme

8 h 15 à 9 h 00 | Accueil et petit déjeuner

9 h 00 à 10 h 00 | **« Les outils de mesure de la marque en ligne »** sera présentée par Jean-François Renaud, Associé et co-fondateur d'Adviso (conférence donnée en français)

L'écosystème dans lequel évolue la marque sur le web est de plus en plus vaste et complexe. Les professionnels de la recherche marketing, qu'ils œuvrent du côté fournisseur ou du côté client, ont tout intérêt à connaître les outils permettant d'effectuer une vigie efficace sur les marques. Outre les médias sociaux, il ne faut pas négliger les premières pages des résultats des moteurs de recherche, qui génèrent souvent beaucoup plus de vues. La marque, ses produits, ses dirigeants et ses partenaires représentent tous des points de contact qui doivent faire l'objet d'une vigie. Comment évaluer, mesurer et corriger la réputation en ligne? Quelles sont les meilleures pratiques et quels sont les écueils à éviter en matière de réputation en ligne? Comment associer tous les points de contact au rayonnement de la marque? Jean-François Renaud détaillera les nombreux instruments de mesure de la réputation en ligne et proposera des solutions concrètes pour mettre en place une veille stratégique efficace. Ses conseils sauront vous inspirer dans l'utilisation de certains de ces instruments en complément à la recherche marketing traditionnelle.



Jean-François Renaud est associé et co-fondateur d'Adviso. Après avoir terminé un baccalauréat en administration des affaires, Jean-François a obtenu de HEC Montréal une M.Sc. en commerce électronique. Il a ensuite acquis une vaste expertise en stratégie Internet et en optimisation de présences Web avec de grands clients. Il enseigne le commerce électronique à HEC Montréal depuis 8 ans. Dans le cadre de son travail, il a pris en charge des dizaines de projets Internet d'envergure dans diverses industries. Jean-François est un expert en stratégie et marketing Internet extrêmement sollicité par les médias et il contribue à plusieurs articles sur différentes plateformes.

10 h 00 à 11 h 00

«**Ma voix ma STM : une communauté de clients engagés via la recherche** » sera présentée par Brigitte Vallée, Conseillère corporative Marketing - Enquêtes et Recherche, et Isabelle Saint-Louis, Chef de Division, Stratégie marketing à la Société de transport de Montréal (conférence donnée en français)

Face à des besoins grandissants de consultation de sa clientèle, la STM a lancé en 2012 son panel de recherche en ligne Ma voix ma STM. Aujourd'hui, 8000 clients de la STM contribuent à l'essor du transport collectif en partageant leurs expériences, leurs réactions, leurs perceptions et leurs souhaits via la recherche en ligne. Comment se sont faits le développement et la mise en place de Ma voix ma STM? Comment se fait la gestion de cette communauté de clients? Dans cette présentation, la STM partagera son expérience avec Ma voix ma STM en mettant de l'avant ses succès et ses défis.



Isabelle St-Louis - Avec la STM depuis 2008, Isabelle est actuellement responsable de l'équipe en charge de la stratégie tarifaire, des revenus et de l'achalandage et de la recherche clientèle. Détentrice d'un BAA et d'une maîtrise spécialisée en recherche marketing de l'Université de Sherbrooke, Isabelle compte à son actif une douzaine d'années d'expérience en stratégie et en recherche marketing. Avant de rejoindre la STM, elle a d'abord débuté sa carrière chez Gaz Métro où elle a occupé diverses fonctions au sein du groupe marketing.



Brigitte Vallée - Avec la STM depuis 2010, Brigitte est actuellement responsable de la recherche marketing à la STM. Détentrice d'une maîtrise en communication, Brigitte cumule près de 20 ans d'expérience en étude du consommateur tant au Québec qu'aux États-Unis, où son portefeuille de comptes axé sur l'innovation incluait notamment Amazon.com, Expedia.com, Microsoft et Philips. À la STM, Brigitte a entre autres piloté la mise sur pied de la communauté de recherche Ma voix ma STM.

11 h 00 à 11 h 15

Pause

11 h 15 à 12 h 15

«**L'avenir du Consumer Intelligence**» sera présentée par Margot Acton, Vice-présidente senior chez TNS Canada (conférence donnée en anglais)

Nous vivons à une époque où tout change rapidement. C'est l'évidence même, et cette réalité affecte chaque aspect de notre vie. Pour l'industrie de la recherche marketing, les changements technologiques et l'explosion des échanges de données provenant d'une multitude de sources ont fondamentalement changé la nature de nos activités. Nous sommes, de toute évidence, au cœur d'un processus de transformation qui offre un potentiel de croissance pour notre industrie et une amélioration de la valeur de l'industrie de la recherche marketing. Cette présentation donne une vue d'ensemble de notre industrie à l'aide d'exemples concrets et propose un certain nombre d'avenues qui nous permettront d'améliorer notre pertinence et notre valeur, et relever les défis qui s'offrent à nous sur le marché. La présentation se penchera sur l'intégration de grands volumes de données, la définition d'un nouveau rôle pour la recherche par sondage et la façon de tirer parti des technologies numériques de manière équilibrée et réfléchie.



Margot possède plus de 20 ans d'expérience en recherche marketing et a conduit certains des mandats les plus complexes de TNS Canada en opinion publique et en stratégie de marque et de communication. Margot a été en charge du programme de suivi d'opinion public de la CBC pendant plusieurs années consécutives. Ce projet comportait des objectifs agressifs en terme de taux de réponse et un routage complexe de la programmation radio et télévisée par régions et par communautés à travers le Canada. Margot a également mis en place et dirigé plusieurs programmes de suivi pour Postes Canada, dont l'un se poursuit avec succès depuis plus de vingt vagues. Elle a également réalisé des mandats pour l'Institut national de la nutrition, pour le compte de Santé Canada, afin de déterminer la configuration optimale de l'information et le format de l'information bilingue sur le tableau d'information nutritionnelle des étiquettes de produits alimentaires du Canada. Les résultats de ce projet ont été largement considérés et sont à la base du tableau d'information nutritionnelle utilisé actuellement au Canada.

12 h 15 à 13 h 15

Dîner

13 h 15 à 14 h 15

« **La recherche dans un monde mobile: Plus d'informations, des recherches plus rapides, des résultats encore plus rapides** » sera présentée par Neshat Sanei, Gestionnaire senior, Développement de la clientèle chez Research Now (conférence donnée en français)

Porte à porte, papier et crayon, CATI et la recherche en ligne ... Où nous dirigeons-nous ensuite? Le marché mobile mondial évolue plus vite que jamais. Les téléphones mobiles ont un taux de pénétration de 85 % dans le marché mondial, ce qui se traduit par 6,8 milliards d'abonnés (MobiThinking.com). Cette croissance rapide dans le nombre des utilisateurs de téléphones intelligents au niveau mondial change la réalité de la recherche en marketing. Le nouveau défi que doit affronter les chercheurs d'aujourd'hui est de trouver comment se servir de l'adoption des appareils mobiles pour avantager la recherche. Par exemple, bien que la majorité de la population vivant dans les pays en voie de développement n'a pas accès quotidiennement aux ordinateurs ou aux portables, la majorité possède un téléphone mobile. Cette situation représente une occasion pour les chercheurs de puiser dans ces marchés et de rejoindre de nouveaux consommateurs dans des endroits qui étaient difficiles à atteindre auparavant (Mobile Commerce Daily). Research Now a créé une solution complète pour vous aider dans votre exploration au niveau de la recherche mobile.



Neshat a commencé sa carrière dans le domaine de la collecte des données en 1981 en tant qu'intervieweuse chez Bell Canada. Deux ans plus tard, elle a été embauchée par Bell Canada comme consultante en collecte de données où elle a développé et a dirigé leur centre d'appels pendant sept autres années. Toujours à son compte « InfoProbeResearch », elle a créé et a dirigé un centre d'appel chez BMO, et a mené un programme de neuf ans de Mesure de la satisfaction de la clientèle à travers 1800 succursales de BMO. Elle a été consultante de terrain à A.C. Nielsen, où elle a retravaillé l'aménagement de leur centre d'appels, en plus d'avoir été directrice sur le terrain chez Millward Brown pendant cinq ans. Neshat s'est jointe à l'équipe de Research Now il y a neuf ans en qualité de gestionnaire principale du développement de la clientèle. Elle a établi une solide clientèle, principalement au Québec. Neshat a exploré toutes les facettes de la recherche en marketing, que ce soit le porte à porte, avec un papier et un crayon, en utilisant CATI ou encore en passant par la recherche en ligne et la recherche mobile.

14 h 15 à 15 h 15

« **Comprendre le paysage en constante évolution de la recherche et de la technologie** » sera présentée par Bernie Malinoff, Président de Element54 (conférence donnée en français)

Les chercheurs sont submergés par les technologies émergentes – biométrie, neuroscience, nano-sondages, médias sociaux et autres. Cette session fournira un aperçu objectif de ces technologies. Des points de vue de leaders d'opinion de l'industrie seront mis de l'avant ainsi qu'un sondage mené à l'échelle mondiale auprès de clients et de fournisseurs, permettant de jauger celles qui semblent avoir une force d'attraction dans le marché. Les participants repartiront avec bon nombre d'idées et d'interrogations quant à comment et quand incorporer ces technologies émergentes dans leurs pratiques.



Bernie est le président de element54, une firme de recherche marketing établie à Toronto et à Montréal, offrant des services de consultation stratégique et une gamme complète de services en recherche. Element54 a mis en œuvre des services de recherche novateurs en matière de design de sondages en ligne - « Sexy questions, dangerous results? » et « Eyes don't lie » (2009/2010), et « How far is too far? » (2011), qui ont façonné le dialogue et la conscience au sein de l'industrie sur les questions complexes que posent les technologies émergentes pour la recherche par sondage. Bernie a été le conférencier invité à une variété d'événements prestigieux, y compris à l'ARIM (Toronto, Ottawa et Montréal), The Market Research Event (Las Vegas), Advertising Research Foundation (New York), CASRO (New York), the MRA (Boston) et ESOMAR (Miami). En 2010, Bernie a été en nomination pour le prix « Innovation disruptive » du Next Generation Marketing Research (NGMR). Anciennement président du Chapitre québécois de l'ARIM, Bernie est chargé de cours à temps partiel à l'université McGill.