

inbound

MARKETING FRANCE

MERCREDI 31 JANVIER 2018

Rennes - Couvent des Jacobins

L'évènement national & international

Dossier de presse

Table des matières

Les fondamentaux _____	1
Pourquoi un tel événement ? _____	4
4 raisons de venir à Inbound Marketing France _____	6
L'évènement en quelques lignes : _____	7
Les partenaires _____	11
Informations et contacts _____	12



« Internet a profondément transformé notre comportement d'acheteur. Il devient indispensable voire vital pour les entreprises d'exploiter les nouveaux leviers digitaux, formidables opportunités de croissance pour ceux qui les maîtrisent. »

Michel Brébion,

*Organisateur
dirigeant
Winbound/Mychef
com*

Les fondamentaux

L'inbound Marketing : le terme inbound signifie "attirer à soi"

L'inbound marketing est une nouvelle méthode marketing qui s'adapte à l'évolution du Web (Moteur de recherche & les réseaux sociaux) et du comportement des acheteurs qui acceptent de moins en moins les messages intrusifs. Cette méthode s'inscrit dans une approche du "marketing de permission" développé par Seth Godin et "customer centric".

La finalité marketing par permission est d'inciter le client à accepter des niveaux croissants de permission, c'est à dire des consentement vis-à-vis d'une marque ou d'un produit, via un programme de marketing relationnel. Et l'approche "customer centric" est de replacer le client au coeur de ma stratégie d'entreprise et de sa prise de parole sur le web pour répondre aux problématiques de ses prospects et clients.

Vous avez vos 2 axes majeurs pour repenser votre marketing digital et décloisonner le marketing et le commerce pour moderniser le processus de prospection commerciale. Le marketing va prendre toute sa place de génération de potentiels business pour la force de vente. **Concrètement l'inbound marketing vise à attirer une audience plus qualifiée** sur le site internet qui devient un site business, à identifier une partie de cette audience du site en contacts connus, à éduquer ces prospects froids en prospects chauds et à transformer ces prospects chauds en clients.

L'inbound marketing : 4 mots pour résumer cette démarche

Attirer : être au bon moment, au bon endroit

L'objectif d'attraction de l'**Inbound Marketing** est de faire venir sur votre site web des personnes qualifiées qui auraient émis le souhait de trouver une réponse sur un sujet en lien avec votre expertise en venant sur internet.

Pour répondre à cet objectif, plusieurs outils sont disponibles : la publication de contenus et leur optimisation SEO (pour apparaître en pole position dans les résultats de moteurs de recherche) et la promotion de ces contenus sur les réseaux sociaux. Soyez visible pour ceux qui chercheraient de l'information sur le sujet pour lequel vous êtes un expert : vos persona ont besoin de réponses à leurs problématiques !

Convertir : donnant-donnant

L'objectif de conversion consiste à vous autoriser à entrer en contact avec les visiteurs que vous avez su attirer sur votre site. Autrement dit, on leur propose de vous fournir naturellement et volontairement leurs coordonnées en échange d'une ressource de qualité que vous avez produite.

Avec quels outils ? D'abord, des "call-to-action" pour inciter à cliquer et multiplier les points de contact sur votre site, puis des landing pages avec des jolis formulaires - pas trop intrusifs svp - mais qui vous permettront de proposer du contenu à valeur ajoutée, récolter des informations au fil des téléchargements et ainsi, segmenter votre base.

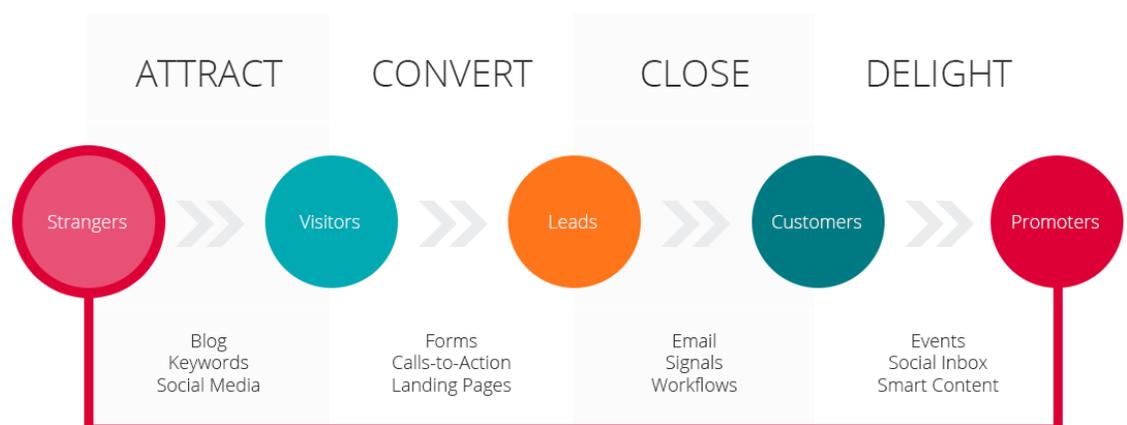
Conclure : mettre sur feu doux, laisser mijoter

Conclure, c'est faire murer son prospect en l'engageant pour faciliter sa transformation en client.

Comment ? Tout simplement en instaurant, grâce à la permission qui vous a été accordée et aux informations que vous avez récoltées, une relation personnelle avec votre prospect : envoi d'emails personnalisés pour proposer du contenu permettant de compléter son niveau d'information, invitations à des événements, jusqu'à l'appel téléphonique personnalisé.

Fidéliser : non aux cœurs d'artichauts !

Il ne s'agirait pas de laisser tomber votre client maintenant que vous l'avez transformé ! Au contraire, utilisez la confiance que vous avez réussi à instaurer et faites de lui un ambassadeur de votre marque. Quoi de plus convaincant pour un inconnu en recherche de solution que l'avis rassurant d'un client satisfait ?



Pourquoi un tel événement ?

L'évènement INBOUND à Boston connaît un énorme succès avec 21 000 participants en 2017.

Après Boston et Barcelone, l'Inbound Marketing aura lieu à Rennes en Bretagne, en l'espace d'une journée, lors du premier événement français : **Inbound Marketing France** (IMF)

« J'ai eu l'occasion d'accompagner plus de 200 entreprises en développement. Quelque soit le secteur d'activité ou la taille de l'entreprise j'ai constaté que l'accès au marché était l'enjeu principal de tout développement d'activité. Et c'est aussi valable pour des innovations pour lesquels les starts-up imaginent pénétrer le marché assez facilement : si elles ne trouvent pas leurs clients, elles resteront au stade de l'invention.

Je suis convaincu que le web est une formidable opportunité de croissance pour les entreprises qui exploitent les nouveaux leviers digitaux. J'ai eu l'envie de partager les bonnes pratiques, les clefs qui permettront aux entreprises françaises d'avoir un avantage concurrentiel.

La transformation digitale concerne aussi les entreprises traditionnelles qui peinent à se digitaliser alors qu'aujourd'hui c'est devenu indispensable voire vital.

C'est une envie forte de démocratiser les usages du Web. Oui c'est accessible à toutes les entreprises, de toutes activités, de toutes tailles. »

Michel Brébion Organisateur

Ce sera le 1^{er} en France !

- ✓ Public de dirigeants et de directeurs marketing ;
- ✓ Dans un lieu mythique
- ✓ Avec des personnalités mondialement connue dans le domaine

www.
inbound
marketing
france
.fr

Rennes, une ville digitale pionnière du numérique & de l'inbound marketing en France

Idéale pour accueillir cet événement innovant sur un thème numérique qui concerne toutes les entreprises !

- ✓ Rayonnement numérique reconnu en France : FrenchTech, Digital tech conference, Image & réseaux, B-com, TedX, ...
- ✓ Création en 2011 de Mychefcom, 1ère agence française à être certifiée Gold Partner HubSpot (leader du marché), véritable expertise du territoire.
- ✓ Création de la marque Inbound Marketing France, à Rennes, en 2017



4 raisons de venir à Inbound Marketing France

A destination d'un **public pro** (directeur/rice marketing, commercial ou dirigeant d'entreprise), aguerri et surtout qui s'intéresse à la digitalisation de leur entreprise, cet événement dédié à l'inbound marketing, est **THE PLACE TO BE le 31 janvier 2018 à Rennes !**

Pourquoi ?

- 1- Parce qu'ils n'auront pas d'autres occasions de découvrir l'Inbound Marketing en France !
- 2- Parce qu'ils ne pourront pas participer à des ateliers et à des conférences avec des **intervenants exceptionnels !**
- 3- Parce que ce sera l'occasion de rencontrer des dirigeants qui rencontrent les mêmes défis !
- 4- Parce que cet événement inbound marketing se déroule dans un lieu d'exception !

Le **couvent des Jacobins** nous accueille, après plus de 2 ans de fermeture pour travaux ! Lieu unique et emblématique de Rennes, ce couvent du XVe siècle est à l'image de ce que nous souhaitons vous proposer en organisant Inbound Marketing France !

L'évènement en quelques lignes :

Un évènement national & international

C'est l'évènement national & international de l'inbound marketing, l'un des plus beaux plateaux d'experts jamais réuni en France !

Sur une journée le public pourra participer à des Keynotes & des workshops de niveaux débutant, intermédiaire, confirmé avec des intervenants de France, US, Canada, Espagne, Angleterre, Suisse...

Des sujets passionnants

L'inbound marketing, le marketing Conversationnel, le contenu, la data, la fidélisation, l'UX Design, le marketing automation, les influenceurs, la transformation digitale, réseaux sociaux, social selling. Autant de sujets traités et développés par des experts durant toute cette journée.

Des invités prestigieux

Christian Kennear Managing Director EMEA at HubSpot



Sa carrière commence chez Oracle, où il se forge une solide carrière commerciale sur la zone EMEA (Europe, Middle East, Africa). Il intègre Google en 2013 pour, et occupe dans un premier temps une fonction d'« Enterprise Demand Management team leader » pour Google EMEA ; il prend ensuite la responsabilité des équipes de Développement Commercial sur la zone EMEA, ce qui affute sa connaissance de ces marchés cibles pour HubSpot.

Christian rejoint HubSpot en 2015 en tant que “Director of Sales for Europe, Middle East, and Africa”. Basé à Dublin, il coordonne aujourd’hui toute la stratégie commerciale de l’entreprise sur les pays clés de la zone.

Ludovic Huraux, CEO de Shapr



Passionné par l’entrepreneuriat, contre l’avis de tous, Ludovic âgé de 24 ans seulement, faisait le grand saut pour lancer en 2007 un site qui allait devenir une véritable success story : Attractive World, le site de rencontre pour célibataires exigeants. Pendant 8 ans, Ludovic va manœuvrer à la barre de cette société, pour en faire un des leaders du secteur et l’emmener jusqu’à la vente au groupe allemand Affinitas. Sans en avoir conscience, depuis le début, Ludovic se construit autour des rencontres, des contacts et des opportunités. C’est cette philosophie qui lui a permis de faire d’Attractive World un succès et c’est de cette philosophie qu’est né l’ADN profond de Shapr : Meet Inspiring People, Shape Your Life !

Stéphane Truphème, auteur du livre : « L'Inbound Marketing: Attirer, conquérir et enchanter le client à l'ère du digital »



Expert en marketing digital, formateur, entrepreneur, il a été l'un des premiers à avoir introduit la notion d'Inbound Marketing en France.

Martin Deslauriers AR Mobile social selling



Expert en Social Selling et stratégie numérique de commercialisation, Martin Deslauriers a 25 ans d'expérience dans le milieu des affaires et plus de 10 ans au niveau des relations internationales. S'étant forgé une grande expérience dans le conseil et la formation, il aide les entreprises à développer leur stratégie marketing et leur processus de vente, à l'aide des Technologies de l'Information et de la Communication et de la Réalité Augmentée.

« Internet a profondément transformé notre comportement d'acheteur. Il devient indispensable voire vital pour **les entreprises d'exploiter les nouveaux leviers digitaux, formidables opportunités de croissance.** »

« Cet événement, qui n'a encore jamais été organisé sur le marché français, sera l'occasion de **démystifier l'inbound marketing auprès de dirigeants d'entreprises de tous secteurs, et surtout de leur présenter toutes les opportunités de l'Inbound Marketing.** »

« Les rassemblements de professionnels sont toujours des accélérateurs de business pour les entreprises. »

« Cet événement vient renforcer le positionnement de la Bretagne & de Rennes Métropole sur le digital. »

« Les usages du digital sont au cœur des projets de croissances des entreprises. »

« Ces nouvelles méthodes développent la croissance des entreprises, l'emploi et l'internationalisation. »

Michel Brébion, organisateur de l'événement - CEO des 2 agences inbound marketing
Winbound & Mychefcom.

Les partenaires

Informations et contacts



Organisateur : Michel Brébion – 06 14 26 91 68

Co-organisateur : Francis Meleard - 01 76 39 03 09

www.inboundmarketingfrance.fr

[@we_are_inbound](https://twitter.com/we_are_inbound)

contact@inboundmarketingfrance.fr

Contact presse :

Roxane WALLESch – rwallesch@mediaveille.com – 0290562524 / 0651954107