



Communiqué de presse
Jeudi 21 juillet 2011

RESERVEZ LA DATE !

Rendez-vous aux **SEMO 2.0** et **OPTIMISATION MARKETING DIGITAL** pour découvrir les nouvelles solutions afin d'optimiser les campagnes marketing sur le web, les mobiles et les réseaux sociaux

Les 2 et 3 novembre 2011

Au Palais des Congrès de Paris - Porte Maillot Hall Maillot (Niveau 2)

A l'occasion de la 15^{ème} édition du SEMO 2.0, le salon des études marketing, media et opinion, les 2 et 3 novembre prochains, s'ouvrira la 1^{ère} édition du forum OPTIMISATION MARKETING DIGITAL.

Pour ses 15 ans, le SEMO devient le SEMO 2.0 : un congrès plus participatif et plus dynamique

Alors que les technologies internet et mobiles révolutionnent le métier des études, cette nouvelle édition du **SEMO 2.0** enrichit son contenu en proposant des conférences et débats sur des thèmes tels que l'émergence du concept d'intelligence marketing et du partage de la connaissance en interne, les études marketing à l'heure des médias sociaux ou encore les études en mobilité à l'heure du développement du marketing mobile et du géomarketing.

Le **SEMO 2.0** a pour objectif de donner les clés pour agir dans un environnement en perpétuelle évolution. Avec cette année, un focus sur les études internet, sur mobile et réseaux sociaux.

A la fois interface entre professionnels, instituts, prestataires et donneurs d'ordres et laboratoire d'idées, cette 15^{ème} édition du **SEMO 2.0** associera conférences, tables-rondes, ateliers pratiques, interventions d'experts, et abordera les grandes problématiques et tendances actuelles liées aux études marketing, media et opinion.

Parmi les temps forts de cette 15^{ème} édition :

La conférence plénière ADETEM : « **Comprendre les consommateurs présents sur les réseaux sociaux** »

- Qui sont ces consommateurs qui ont contraint Nestlé à leur présenter des excuses, Gap à revenir à son ancien logo ? Ces citoyens qui ont forcé Ben Ali et Moubarak à renoncer au pouvoir ? Quelle vision en ont les annonceurs et tous ceux qui communiquent avec eux ? Peut-on les comprendre et interagir avec eux comme avant ?

« Des études à l'intelligence marketing. Quels enjeux et quelles stratégies pour le partage de la connaissance marketing en interne ? »

- Comment se placent les études par rapport aux autres sources d'information dont dispose l'entreprise ? Quels savoir-faire, quels outils pour faire dialoguer les données et déplacer le curseur de l'information vers l'analyse ? Comment organiser la rediffusion de la connaissance en continu et à tous les niveaux de l'entreprise ?

« Prendre le pouls de sa marque à travers les médias sociaux »

- Quelle perception ont vos clients de vous ? Quels sont les indicateurs de l'engagement ? Comment relier la marque aux indicateurs ? Qui sont les fans ? Comment identifier les influenceurs ? Quels sont les nouveaux outils de la mesure de l'influence ?

Egalement au programme de cette 15^{ème} édition :

- **3** conférences plénières
- **75** conférences-ateliers
- **6** tables rondes

Retrouvez l'ensemble des informations concernant le **SEMO 2.0** sur :

Le site : www.salon-sono-2-0.fr et

Le blog : <http://blog.salon-sono-2-0.fr>

La page Facebook : www.facebook.com/pages/Semo-20/194929947200474

Le profil Twitter : http://twitter.com/#!/salon_sono

La 1^{ère} édition du forum OPTIMISATION MARKETING DIGITAL

Conjointement au **SEMO 2.0** se tiendra **OPTIMISATION MARKETING DIGITAL**, un nouveau forum sur l'optimisation des campagnes marketing sur internet, mobile et réseaux sociaux.

Pour sa 1^{ère} année, **OPTIMISATION MARKETING DIGITAL** a pour ambition de faire découvrir aux professionnels du marketing les nouveaux outils de pilotage, les nouvelles techniques et de les aider à structurer leurs besoins et à bien choisir leur stratégie pour améliorer leur performance, optimiser leur retour sur investissement tout en innovant dans leurs campagnes marketing.

Afin de décrypter et d'apporter des solutions concrètes aux professionnels, un programme de 12 sessions a été élaboré pour saisir les enjeux, faire le plein de best practices et comprendre les nouvelles offres présentes sur le marché du marketing digital.

Parmi les thématiques abordées lors de cette 1^{ère} édition :

- **Comment mesurer la performance de son marketing digital?** Quels indicateurs choisir? Quels outils sélectionner? Comment transformer ces analyses en actions concrètes et optimiser ses campagnes?
- **Les défis de l'analyse multi-canal :** comment exploiter la richesse des interactions avec les clients.
- **Les web analytics, nerf de la guerre de l'analyse marketing :** Quels critères de choix d'un outil, comment faire dialoguer les outils?

Retrouvez l'ensemble des informations sur **OPTIMISATION MARKETING DIGITAL** sur :

Le site : www.optimisation-marketing-digital-expo.com

Le blog : <http://blog.salon-sono-2-0.fr/tag/optimisation-marketing-digital/>

Informations pratiques et contacts

Dates	Mercredi 2 novembre 2011 : 9H00 – 18H30 Jeudi 3 novembre 2011 : 9H00 – 19H00
Lieu	Palais des Congrès de Paris - Porte Maillot Hall Maillot (Niveau 2) 2 Place de la Porte Maillot, 75017 Paris
Accès	Métro ligne 1 - Station Porte Maillot-Palais des Congrès RER C - Station Neuilly-Porte Maillot-Palais des Congrès BUS - Lignes 82, 73, 43, 244, PC 1, 2, 3

A propos de Tarsus

Tarsus France est un groupe média international, coté à la Bourse de Londres depuis sa création en 1998 et un acteur majeur spécialisé notamment dans l'organisation de salons professionnels, pour la plupart reconnus sur leur secteur d'activités (IP Convergence, Stratégie Clients, Solutions Linux, Educatec-Educative, Siseg, Gestion Finance, ...). Il édite également des guides et des sites web professionnels.

Pour plus d'informations : www.tarsus.fr

Contacts presse

Florence Gillier Communication

Valérie Hackenheimer : valerieh@fgcom.fr / Margot Botrel : margotb@fgcom.fr

Tel : 01 41 18 85 55 - www.fgcom.fr