

**Hyper Brand Diversity –
Des chances pour des entreprises des médias, de la communication & du dialogue
au contexte digital
11 & 12 novembre 2010
chez Disney Channel à Munich**

Au contexte digital, les marques (de média) sont de plus en plus défiées. Les innovations techniques, en train de changer rapidement notre paysage médiatique et d'influencer notre manière de communiquer, en sont particulièrement responsable. La préparation d'un contenu significatif et d'un design interactive sont de sujets chaudement discutés. En âge digitale, ceux-ci représentent la différence entre succès et échec pendant la communication de marque.

La pression sur les départements de marketing augmente, depuis 'Brand 2.0' n'a pas justement la fonction de communiquer mais aussi celle de performer. Pour cette raison, les campagnes établies qui étaient visées sur l'attention sont dorénavant complétées par le lead management: l'efficacité est devenue l'indice d'une communication réussie. Il est question de combiner raisonnablement les deux catégories ciblées.

Au cadre de cette événement de deux jours organisée par Eyes & Ears of Europe et Disney Channel à Munich, la communication de marques d'une manière ciblée et durable par rapport aux milieux décrites est présentée et analysée. Ici. On vise surtout sur le paramètre de succès auquel doivent s'orienter les marques au contexte digital. Autant important sont les interfaces et les plateformes avec lesquels les marques dans l'environnement digital interagissent. Les groupes ciblés ont fini de chercher les marques il y a longtemps, aujourd'hui ils cherchent à satisfaire leurs intérêts. Pour cette raison, les marques en temps digital, ont qu'une chance de succès s'ils sont trouvés dans un contexte d'information, de divertissement et d'utilisations appropriées.

L'événement s'adresse en premier lieu aux collaborateurs des entreprises des médias et de la communication, des maisons de la (post) production, des studios de design, des agences de consultation, de marketing, de promotion et du dialogue, qui travaillent déjà sur le secteur de la présentation ou qui ont l'intention de s'engager sur ce secteur. Les personnes qui ont un intérêt général pour les médias et les étudiants et les apprentis du secteur médiatique seront également les bienvenus. Le nombre des participants est limité à **20 personnes au maximum**.

Chargé de Cours

Stefan Wolters, Account Directeur LIQUID CAMPAIGN, Cologne

Né en 1977 à Krefeld. Degree d' études d'effets de marché et de médias à la rheingold-Akademie et marketing communications à la Westdeutsche Akademie für Kommunikation. Plus de 10 ans d'expérience en branche de communication de media digital: au début chez Kabel New Media, puis chez global BBDO network. Depuis 2009, account directeur chez LIQUID CAMPAIGN à Cologne. Conseiller de chaînes de télévision comme le ZDF, RTL and MTV pendant leur passage à l'internet. Adhèrent de 'Innovation Authority' chez Interone Worldwide. Depuis 2008, chef du groupe de travail 'Internet/WebTV' chez Eyes & Ears of Europe.

Dernier délai d'inscription: 5 novembre 2010

Avez-vous des questions? Appelez-nous au numéro: **+49 (221) 60 60 57 10**

Jeudi, 11 novembre 2010

- 11.30 **Bienvenue**
Ralf Gerhardt, Executive Programming
Director Disney Channels GSA, Ismaning
- Programme & présentation**
Wout Nierhoff,
CEO Eyes & Ears of Europe, Cologne
- 11.45 **Présentation des participants**
- 12.00 **Les règles de la communication digitale –
Et pourquoi il faut les suivre**
- 13.00 Pause de midi
- 14.00 **Situations complémentaires d'utilisation
avec 'Push' and 'Pull': Comment la publicité
des dialogues de publicité et de marque
sont entrelacés**
- 15.30 Pause
- 16.00 **Crowdsourcing en design de produit:
Comment partager l'altesse de marque
sans le perdre**
- 17.00 Pause
- 17.30 **Entre 'lean forward' & 'lean back': Pourquoi
le Tablet PC permet nouvelles formes
d'utilisation médiatique**
- 19.00 Discussion & Résumé
- 19.30 Fin du 1er jour

Vendredi, 12 novembre 2010

- 09.00 Réunion
- 09.30 **Chercheur Web sont plus que de lieu
intrans avec liste de résultats: Le contexte
de la réception de media digital et
conclusions pour la communication de la
marque**
- 11.00 Pause
- 11.30 **Diversification des marques médiatiques:
La mise en place des nouveaux formats de
narration en ligne, le départ pour le
'Outernet' grâce à 'Augmented Reality'**
- 12.30 Pause de midi
- 13.30 **Performance de marketing: Les marques
doivent atteindre des résultats signifiants**
- 14.30 Pause
- 15.00 **Contenu est président: Comment la
construction de communauté avec
mentalité 'Do-it-yourself' devient indice de
référence de la communication politique au
monde entier**
- 16.00 Résumé & Evaluation
- 16.30 Fin de l'événement

Conditions d'inscription

Pour votre inscription, veuillez nous renvoyer le formulaire ci-joint jusqu'au 5 novembre 2010 à :

Eyes & Ears of Europe

Association pour le design, la promotion et le marketing des médias audiovisuels e.V.

Eyes & Ears Academy

Directeur
Wout Nierhoff
Management de projets
Ina Braun
Management d'études
Isabel Krischer
Assistance du projet
Dorothea Billig
Konrad Lohrmann
Services pour le marketing
Anna Schiffer

Bureau

Téléphone : +49 (221) 60 60 57 10
Télécopie : +49 (221) 60 60 57 11
eMail : academy@eeofe.org
Internet : www.eeofe.org

Droits d'inscription

€ 250,- pour les membres de Eyes & Ears of Europe;
€ 75,- pour les étudiants/stagiaires membres;
€ 1.000,- pour les non-membres; € 150,- pour les étudiants et les stagiaires qui ne sont pas des membres. Les droits d'inscription doivent être réglés dans un délai d'une semaine après la réception de la confirmation par écrit. Veuillez transférer par virement à notre compte.

Les frais de logement et de restauration ne sont pas couverts par les droits d'inscription.

Eyes & Ears of Europe e.V.
Stadtsparkasse Köln
Code de banque : 370 501 98
No. de compte : 101 308 2688

En cas d'annulation

En cas d'annulation de votre participation à l'événement suite à votre inscription, nous nous réservons le droit de prélever une taxe d'annulation. En cas d'annulation de votre inscription 8 jours avant l'événement, nous sommes contraints de retenir ou bien de vous réclamer le montant total. En tous cas, vous pouvez toujours nommer un(e) remplaçant(e). Ce(tte) remplaçant(e) peut cependant seulement bénéficier des réductions s'il/si elle est membre lui/elle-même. **Eyes & Ears of Europe se réserve le droit de changer le programme**

Accès

En transport public

Prenez le métro U4 ou U5 jusqu'au arrêt Max-Weber-Platz. Prenez ensuite le bus N°191 en direction de Zamillapark jusqu'au arrêt Kronstadter Straße. Vous allez à pied en direction de conduite jusqu'au croisement et tournez à droite. Au lieu du bus N° 191 vous pouvez aussi prendre le bus N° 190 en direction de Messestadt Ost jusqu'au arrêt Süskindstraße. Tournez à droite par le passage souterrain et traversez la rue tout droit. The Walt Disney Company se situe dans le 2ième bâtiment sur la côté droite.

En voiture

Par l'autoroute A 94 jusqu'à la sortie Zamdorf/Denning. Tournez à gauche dans Eggenfelderner Straße. A la prochain feu rouge, tournez à droite dans Kronstadter Straße. Continuez tout droit en passant un souterrain et croisez une rue de prioritaire. The Walt Disney Company se situe dans le 2ème bâtiment sur la côté droite.

Lieu

The Walt Disney Company
Kronstadter Str. 9
D-81677 Munich