

COLLOQUE FUTUR PUB

IA & CRÉATIVITÉ : LA FIN DU STORYTELLING OU SA RENAISSANCE ?”

TEAM ORGANISATION JOUR J - ACCUEIL ET
SUIVI DE L'ÉVÉNEMENT (REPORTING)

FLORE BOUILLET, EMMA GRANDJEAN,
PAULINE LABORIE, ELOÏSE PIERRE

MARS 2026



LA CIBLE

CIBLE PRINCIPALE



LES AGENCES et ENTREPRISES PRIVÉES spécialisées dans la communication

Exemples : Grandes entreprises, ETI, start-ups, secteur B2B/B2C, banques, tech, graphisme... Tous les secteurs possédant un service de communication



LES ASSOCIATIONS de professionnels de la communication

Exemples : Apacom (500 membres, association organise des événements tels que la Nuit de la Com', les Trophées de la Com.), 2AM, entreprises & média, Réseau Com' 17, Réseau Com' 79, Réseau Com' 86, Réseau Com' Limousin



LES COLLECTIVITÉS de Nouvelle-Aquitaine

Exemples : Région Nouvelle-Aquitaine, Département Gironde, Bordeaux Métropole, Ville de Bordeaux

CIBLE SECONDAIRE

Professionnels ayant des enfants en âge d'être en étude supérieure





SupdePub

OMNES
EDUCATION



Le programme

16H : Arrivée des participants et distribution du kit goodies

16H15 - Discours d'ouverture

*Jean-Baptiste Hoursiangou,
directeur de Sup de Pub Bordeaux*

16H20 - Table ronde "IA & Créativité : La fin du storytelling ou sa renaissance ?"

Maya Granger (Agence Buzz), Christophe Maïa-Michalon (Auteur-réalisateur - Creative Producer - Formateur IA), Marine Casaubon (Matériel CHR Pro)

17H15 - Quizz interactif

17H45 - Témoignages

*Alexandre Lataste,
alumni et co-fondateur du Vestiaire et son
ancien professeur référent*

18H20 - Remerciement sponsors

18H25 - Cocktail et réseautage

Présence de stands des sponsors

19H30- Fin de l'événement

Témoignages



ALEXANDRE LATASTE

*Alumni de Sup de Pub
Bordeaux*

*Co-fondateur du Vestiaire,
agence de communication*

*Le rôle de l'IA dans ses
études et dans son travail
actuel*



CAROLINE DAUBA-DE RÉMUR

*Ancienne professeure
référent d'Alexandre Lataste
à Sup de Pub Bordeaux*

*Présentation de l'importance
de l'IA dans la formation et
explication des différences
entre les spécialisations*

LA METHODE



Spécifique



Mesurable



Atteignable



Réaliste



Temporel



Spécifique

200

40

AGENCES

15

COLLECTIVITÉS

40

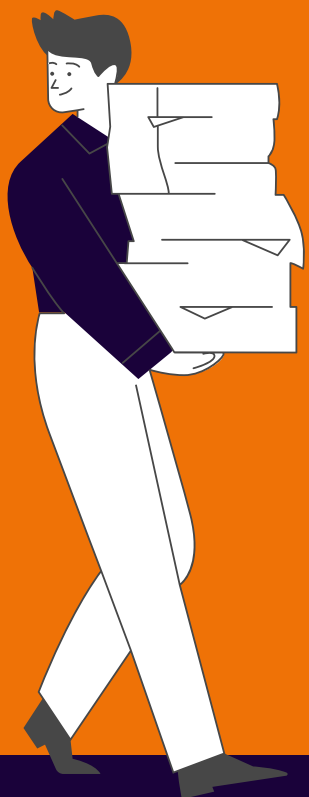
ASSO

70

ENTREPRISES
PRIVÉES

40

PROFESSIONNELS
COM / PARENT



KPIS

QUANTITATIFS

INSCRIPTION EN
LIGNE EVENT
(BILLETTERIE)

TAUX DE
PARTICIPATION
À L'EVENT

TAUX DE NO-
SHOW

TAUX
D'OUVERTURE
MAIL INVITATION

TAUX DE VISITE
SUR LE SITE

NOMBRE
D'INSCRIPTION
"LES AMIS DE
SUP DE PUB"

INFOS
COLLECTÉES
CRM

KPIS

QUALITATIFS

QUESTIONNAIRE
DE
SATISFACTION /
AMÉLIORATION

IMAGE DE
MARQUE

PHOTOS ET
VIDÉOS CAPTÉES
: INDICATEURS
NON-VERBAUX

NPS

QUALITÉ DES
SERVICES SUP DE
PUB

TEMPS PASSÉ
SUR PLACE

IMPRESSION
GÉNÉRALES
RECUEILLIES À
CHAUD

SATISFACTION
SPONSORS /
PARTENAIRES



Atteignable

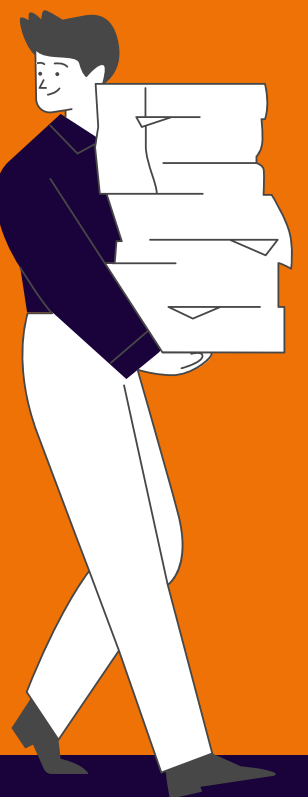
MOBILISATION DES ETUDIANTS

INVITATION PAR MAIL

PROSPECTION TÉLÉPHONIQUE

FAIRE APPEL AU RÉSEAU SUP DE PUB

COMMUNICATION CIBLÉE SUR LINKEDIN





Réaliste

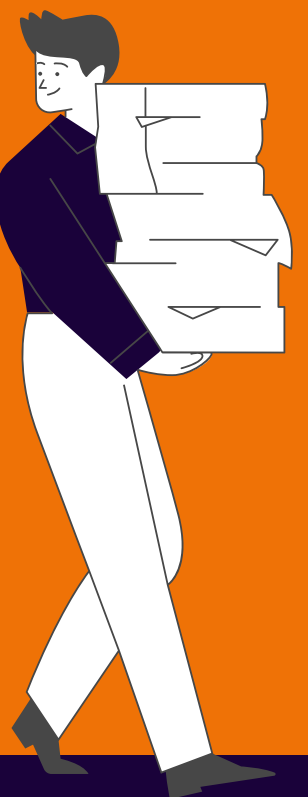
FORMAT COURT ET GRATUIT

CONTENU QUALITATIF

COHÉRENT AVEC LA JAUGE

CORRESPOND À LA CIBLE DÉFINIE

SANS CONTRAINTES FINANCIÈRES ET LOGISTIQUE





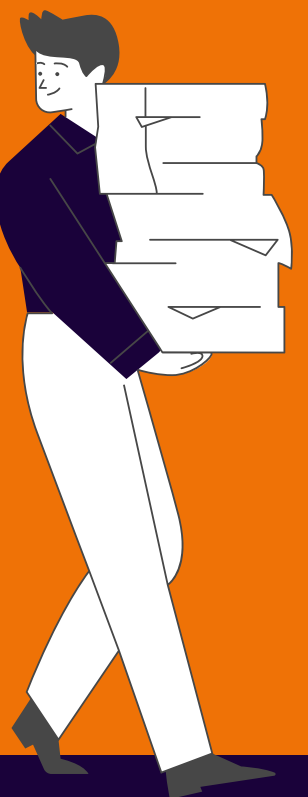
Temporel

L'ÉVÉNEMENT A LIEU EN MARS 2026

IDÉALEMENT MARDI OU JEUDI

DE 16H - 19H

SOIT PRESQUE 1 AN POUR L'ORGANISATION



MERCI POUR VOTRE ECOUTE



SupdePub

OMNES
EDUCATION

