



Dossier de presse 2021

1^{ER} CLUB DE L'INNOVATION DIGITALE

www.ebg.net

L'EBG ENTRE EXPERTISE ET CONVIVIALITÉ !



Et tant d'autres...



PRINCIPAL THINK-TANK SUR L'INNOVATION DIGITALE

Avec 660 marques membres, soit plus de 110 000 professionnels actifs, l'EBG, créé par Pierre Reboul, constitue depuis 20 ans le principal think-tank français de l'Innovation Digitale. L'EBG regroupe les acteurs majeurs du Marketing, du Digital et de l'Innovation. La communauté EBG comporte aussi bien des grands groupes internationaux que des PME, des startups et des DNVB.

DEUX TYPES DE SOCIÉTÉS MEMBRES

Des annonceurs à la recherche de solutions pour améliorer la connaissance de leurs clients, engager leurs communautés, convertir leurs prospects, gérer leurs organisations internes, affiner leurs offres de produits ou services, etc. Cette liste non-exhaustive correspond à des enjeux à court, long ou moyen terme.

Des prestataires souhaitant proposer des solutions pour répondre aux enjeux des annonceurs. Il s'agit en général d'agences publicitaires ou de communication, de cabinets de conseil (en stratégie, organisation, SI, etc.), d'éditeurs de solutions, de freelances, de régies, etc.

DES FORMATS LUDIQUES, CONVIVIAUX ET DIGITAUX

C'est en mêlant expertise et convivialité que l'EBG anime sa communauté. L'expertise se cultive, nécessite du

temps, de l'investissement et du dépassement de soi. Ainsi, les équipes cherchent constamment à devenir meilleures, explorer et apprendre.

Consciente que la communauté EBG aime se retrouver, l'EBG s'attache à construire des moments d'échanges positifs. Dans cette logique, plus de 200 événements, 25 publications et 10 formations sont réalisés chaque année permettant ainsi de fédérer des décideurs d'entreprises issus de toutes les directions : Marketing, Digital, Data, Innovation, Communication, Achat, SI, RH, etc. Parallèlement aux réunions hebdomadaires, des événements annuels rassemblent tous les acteurs du digital.

L'EBG c'est aussi un peu Rock'n'Roll, rire et cultiver une certaine dose d'impertinence, toujours dans l'écoute et le respect de l'autre, c'est, selon l'EBG, la clé pour générer un cadre propice aux échanges.



NOS ÉVÉNEMENTS



LES GRANDS

Assemblée Générale / Top 200 : Une fois par an, l'EBC invite les directeurs et membres du COMEX à se confronter aux innovations dans leur secteur et aux nouveaux modèles économiques qui en émanent. Cette journée s'articule autour d'une série de keynotes, de tables rondes et de networking.

The Digital Benchmark : À l'origine cet événement se déroule durant 2,5 jours et se tient dans une capitale européenne digitale. Les décideurs de la communauté EBC sont ainsi conviés dans le but de partager et échanger autour de leurs enjeux et problématiques de solutions Martech & Adtech.

Au vu de l'actualité, l'EBC a pris parti de maintenir ce format en proposant deux éditions : l'une, en ligne, a traité des stratégies Customer Centric (Relation Client et Social Marketing). L'autre se déroulera en Octobre à Amsterdam et réunira les décideurs autour des sujets Data et Expérience Client.

Dîners EBC500 : Dîners prestigieux, réalisés en petit comité, durant lesquels les participants changent de table après chaque plat pour se rencontrer tout en échangeant de manière informelle et conviviale.

LES EXCLUSIFS (en ligne ou en présentiel)

Task Forces : Cycles d'événements réalisés en petit comité et organisés sous forme de groupes de travail. Ces ateliers ont lieu tous les deux mois ; l'objectif étant d'approfondir un sujet en particulier. A l'issue de ce cycle, l'EBC édite un livret de Task Force reprenant les conclusions et les bonnes pratiques.

Audits : Ces sessions de 30 mins en one-to-one sont dédiées aux annonceurs. Elles permettent de

faire un état des lieux des dispositifs digitaux actuellement mis en place et de mettre en exergue les opportunités à saisir.

Business Talks : Réunions interactives encadrées par un animateur spécialiste du sujet. Une dizaine d'annonceurs y participent pour échanger et débattre autour d'un cas d'usage.

E-déjeuners : Ces déjeuners virtuels privilégient les échanges de qualité. Les participants sont répartis dans des « salles » virtuelles thématiques et abordent différentes problématiques digitales d'actualité tout en bénéficiant de l'accompagnement de partenaires. La répartition des salles change trois fois au cours du déjeuner : pour l'entrée, le plat et le dessert. Le tout offert par l'EBC.

Université des Annonceurs (UDA) : Journées de formations réservées aux annonceurs. Rassemblés autour de tables thématiques, les participants changent de groupe toutes les 45 minutes pour traiter l'ensemble des sujets.

LES RÉCURRENTS

Conférences : Formats ouverts aux adhérents de l'EBC, rassemblant entre 60 et 150 participants venant assister aux retours d'expérience de 3 à 4 intervenants, choisis pour leurs maturités sur le sujet.

Webinars : Généralement plus courtes, ces conférences de 45 minutes, animées par un expert, se déroulent en ligne. Les participants présents à l'événement peuvent poser des questions aux intervenants.

Matinées et Dîners Thématiques : L'objectif de ces matinées et dîners est de faire un état des lieux d'un sujet d'actualité, en donnant la vision et les solutions de différents acteurs d'un marché dans un cadre moins formel.

L'EBG S'ADRESSE À DIFFÉRENTS MÉTIER ET LES RÉUNIS AUTOUR DE 12 THÉMATIQUES.

LES MÉTIERS

DATA
DSI
INNOVATION
MARKETING
RELATION CLIENT
SOCIAL MEDIA
COMMUNICATION
RETAIL & ECOMMERCE
DAF
DRH
IMMOBILIER
ACHAT
SUPPLY CHAIN

LES THÉMATIQUES

GESTION DES DONNÉES
GESTION DES CAMPAGNES MARKETING
AMÉLIORATION DU PARCOURS CLIENT
GESTION DE LA RELATION CLIENT
ORGANISATION ET COLLABORATION
DÉVELOPPEMENT DE L'INNOVATION
GESTION DES COLLABORATEURS
GESTION FINANCIÈRE
OPTIMITATION DE L'I.T.
GESTION DE LA SUPPLY CHAIN

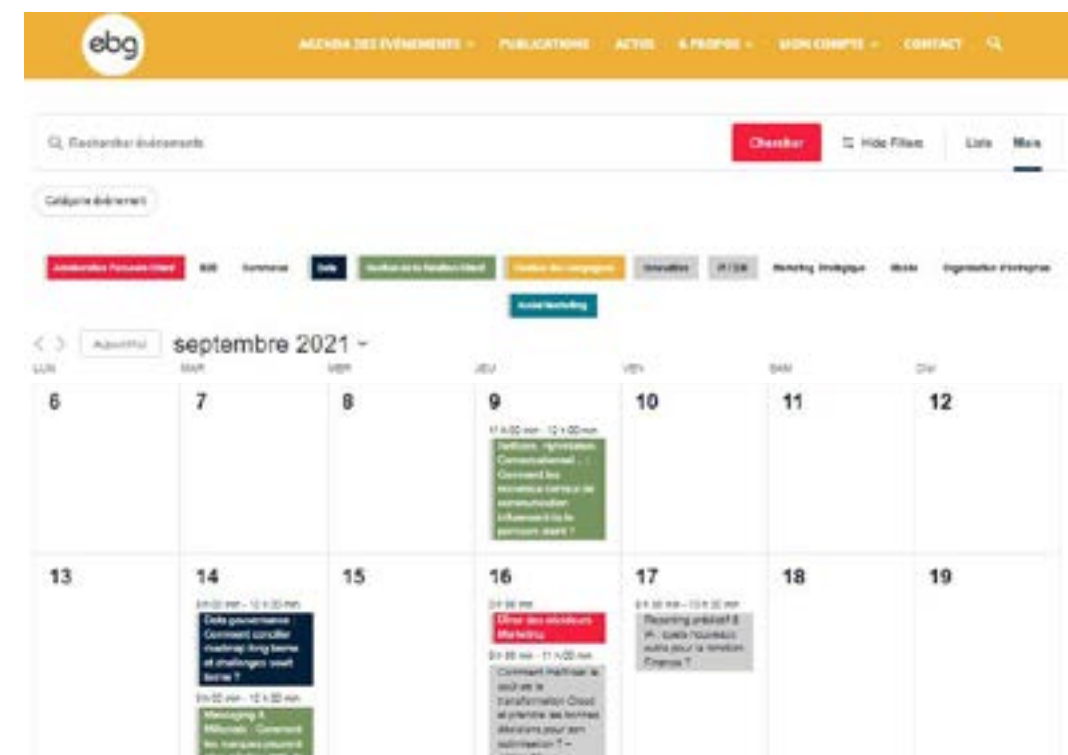
Retrouvez tous nos événements en replay sur
<https://extranet.ebg.net/content/replays>



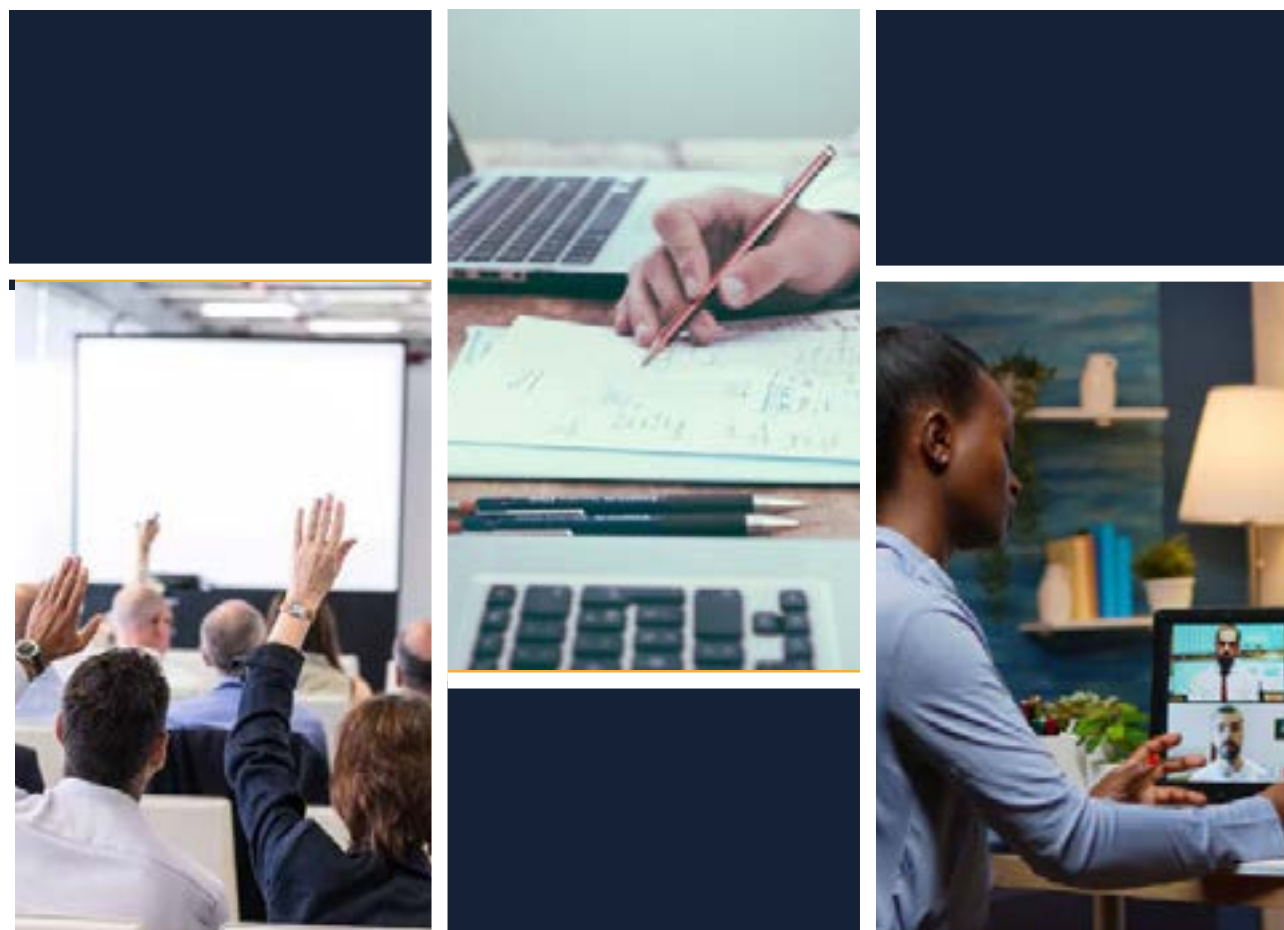
LES REPLAY.

SAVE THE DATE.

Retrouvez tous nos événements sur : www.ebg.net/events/







NOS FORMATIONS



Depuis 2018, l'EBG est agréé comme organisme de formation et certifié DataDock. Suite à cela, le positionnement en tant qu'organisme de formation sous le nom de Faculté.s by EBG a été officialisé. Historiquement identifié et reconnu comme think-tank traitant de thématiques liées à l'innovation digitale, ce statut supplémentaire confère à l'EBG une position idéale pour identifier et proposer un collectif de formateurs experts et passionnés.

LA MISSION

Ainsi, Faculté.s by EBG accompagne la montée en compétence de salariés sur des sujets digitaux tels que le webmarketing, le e-commerce, la data. Ce panel s'étend également aux sujets liés à l'innovation et la transition managériale (agilité, collaboration, prise de parole et posture, etc.).

Concrètement, Faculté.s by EBG s'engage à proposer :

- Des formateurs expérimentés et spécialisés : la force de ces formations réside sans nul doute dans les femmes et les hommes qui portent les différents sujets. Faculté.s by EBG s'entoure de personnalités qui aiment transmettre et partager leurs connaissances.
- Une pédagogie favorisant la pratique : de nombreux travaux de groupe pour réfléchir ensemble et s'approprier les sujets ; des sujets concrets en adéquation avec les réalités économiques du terrain. Chez Faculté.s by EBG, la théorie est systématiquement illustrée par l'exemple ou éprouvée par la pratique.
- De la proximité : être au plus proche de leurs apprenants en comprenant leurs problématiques et en favorisant des échanges authentiques avec le formateur mais aussi entre les apprenants.



LE CONTENU AU COEUR DE LA STRATEGIE.

ACTUALITÉS DU MARCHÉ

La partie Actus du site de l'EBG met en avant les sujets tendances, les comptes-rendus des événements et les réalisations des membres à travers des articles, des uses cases détaillés, des interviews vidéos, etc.

The screenshot displays the EBG website's 'ACTUS' (News & Use Cases) section. The header includes the EBG logo and navigation links: AGENDA DES ÉVÉNEMENTS, PUBLICATIONS, ACTUS (highlighted), A PROPOS, MON COMPTE, and CONTACT. Below the header, the breadcrumb trail reads 'Accueil > Publications > News & Use Cases'. The main heading is 'NEWS & USE CASES'. The content is organized into three columns of featured articles, each with a thumbnail image and a title:

- Left Column:** Thumbnail of three people in a meeting. Title: 'Sales Intelligence : comment vendre plus et mieux grâce à une data pertinente ?'. Subtitle: 'Acquisition - Gestion des campagnes'.
- Middle Column:** Thumbnail of a person pointing at a data visualization. Title: 'Valorisation des données et leur monétisation : des enjeux en constante évolution'. Subtitle: 'GESTION DES DONNÉES'.
- Right Column:** Thumbnail of a person at a desk. Title: 'Inbound Marketing : retours d'expérience sur la mise en place et les bonnes pratiques'. Subtitle: 'ACQUISITION - GESTION DES CAMPAGNES'.

Below these articles, there is a section titled 'Evénements à venir' (Upcoming Events) with a list of events:

DATE	HEURE	TITRE
JANV 16	11 h 00 min - 12 h 00 min	Comment l'UX peut booster la performance de votre site ?
MAR 16	14 h 00 min - 15 h 00 min	Choisir ses Solutions PIM & DAM
MAR 18	12 h 15 min - 14 h 00 min	Déjeuner des décideurs marketing et adtech
JANV 23	9 h 30 min - 10 h 30 min	Bonnes pratiques pour créer un écosystème web multi-sites optimisé
JANV 23	11 h 00 min - 12 h 00 min	Omnicanalité : Des attentes différentes entre les donneurs d'ordre et leurs clients

A 'Voir Plus' link is located at the bottom right of the events section. Below the events, there are three more article thumbnails with titles:

- Top Left:** 'L'importance de la stratégie Customer Centric de Caudalie : témoignage d'Aurélié Nattée Dewavrin'.
- Top Right:** 'La stratégie Customer Centric d'Axa : témoignage de Gaëlle Kerleo'.
- Bottom:** 'La notion de service est redéfinie'.

DES PUBLICATIONS

Les ouvrages de l'EBG contribuent à l'animation de notre communauté (décideurs d'entreprises issus de tous les métiers : Directeurs Marketing, Directeurs Digital, DRH, Directeurs Achat, Directeurs Général, etc.).

À travers ces différentes publications (Référentiels, Baromètres, Livres Blancs, Livrets de Synthèse, etc.), les sujets sont traités afin de répondre à des problématiques stratégiques et/ou opérationnelles. Ces ouvrages sont réalisés dans le but de définir des tendances de marché, mettre en avant des retours d'expériences et revenir sur des échanges et observations de notre communauté par rapport à une ou plusieurs thématiques.

LES RÉFÉRENTIELS

Les Référentiels sont des ouvrages réunissant les témoignages de Directeurs ayant un retour d'expérience à livrer sur un grand sujet d'organisation d'entreprise, sur l'évolution d'un métier ou d'un secteur.

LES BAROMÈTRES

Études quantitatives réalisées auprès d'un échantillon de la communauté EBG pertinente dans le but d'en ressortir des tendances solides du marché.

LE DIGITAL MARKETING

Produit depuis 15 ans, le Digital Marketing rassemble les tendances du marché, les chiffres-clés, les campagnes les plus innovantes ainsi que des conseils d'experts sur des problématiques digitales d'actualité.

LE YEARBOOK

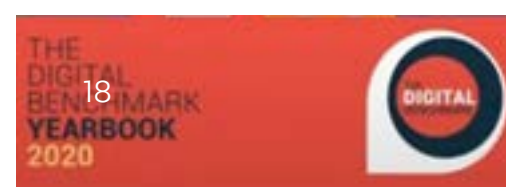
Cet ouvrage de 500 pages est remis exclusivement aux participants du Digital Benchmark. Il regroupe des études de marché sur les principales technologies et solutions digitales.

LES LIVRETS DE TASK FORCES

Ces publications synthétisent les travaux menés par plusieurs acteurs du marché. Elles regroupent des enseignements, des bonnes pratiques et des interviews de décideurs.

LES LIVRES BLANCS

Études qualitatives sur une thématique mettant en avant un état des lieux du marché. Ces études sont omplétées par plusieurs entretiens de décideurs portant un projet liés au sujet.





ÉCHANGIONS ET RENCONTRONS-NOUS.

Une équipe à votre écoute.



Thérèse NYABEN
Responsable Contenus & Presse
therese.nyaben@ebg.net



Louison GALAND
Responsable Communication & Événementiel
louison.galand@ebg.net



@EBG
<https://www.linkedin.com/company/ebg-elenbi>



@EBG
<https://twitter.com/ebg>



EBG Paris
<https://www.youtube.com/c/EBGParis>

Rendez-vous sur notre site internet : **www.ebg.net**



À BIENTÔT ;)