



APPEL A COMMUNICATION

Journées Nationales de la Communication et du Marketing (JNCM)



13-14
Mars 2019

Hôtel Président
Yamoussoukro

■ Contexte

Les Journées Nationales Métiers (JNMétiers) couvrent les métiers à fort potentiel de performance pour les Organisations y compris les métiers de la Communication et du Marketing. Elles constituent des plateformes de référence où se rencontrent, chaque année, des Professionnels et Experts pour échanger sur les évolutions et enjeux liés à leurs métiers, avec pour objectif clé : améliorer continuellement les performances managériales et opérationnelles des Organisations, bien que portant sur des métiers différents.

S'inscrivant dans la dynamique des JNMétiers, les Journées Nationales de la Communication et du Marketing (JNCM) sont un cadre de partage d'expériences entre les Professionnels de la Communication et du Marketing autour de thématiques d'actualité et d'intérêt général.

Les JNCM donnent ainsi l'opportunité aux professionnels susvisés de :

- aborder les perspectives et enjeux des fonctions Commerciales, Marketing et Communication ;
- proposer des solutions concrètes et pragmatiques pour l'amélioration continue de ces fonctions en vue d'une meilleure contribution à la performance des Organisations.

Les profils cible attendus aux JNCM se composent des :

- ✓ Directeurs et Responsables de la Communication et du Marketing
- ✓ Directeurs et Responsables Commerciaux
- ✓ Directeurs et Responsables des Relations Clients
- ✓ Professionnels des métiers de la Communication
- ✓ Cadres Dirigeants d'Organisations
- ✓ Décideurs et Chefs d'Entreprises
- ✓ Tout Leader/Manager impliqué dans des projets/initiatives avec une forte composante Communication ou Marketing ou simplement intéressé par les problématiques relatives à ces fonctions.

■ Trame scientifique

Les JNCM se déroulent selon une ossature scientifique singulière, uniforme, structurée en quatre (4) axes déclinés ci-dessous. Les communications attendues s'inscrivent dans cette dynamique.

Communication relative à l'axe 1 : Vision managériale spécifique au Métier

Dans toute Organisation qui aspire à la performance, les métiers s'exercent pour répondre à des attentes spécifiques, telles que clairement exprimées par le Top management et/ou d'autres échelons managériaux internes.

De fait, ces attentes sont dynamiques, évoluant sous l'influence conjuguée de plusieurs facteurs internes et externes interdépendants, à savoir :

- les nouvelles ambitions/orientations du top management ;
- l'apparition de nouveaux outils/procédés de travail ;
- les exigences de la concurrence, et l'évolution du secteur.

C'est dire que les métiers, au-delà des compétences techniques qu'ils peuvent exiger, ne sont efficacement opérés que lorsque les collaborateurs connaissent et s'approprient la vision managériale spécifique qui s'y rattache ; laquelle vision prend en compte les facteurs ci-dessus énumérés.

Ainsi, il est attendu, en guise de conférence inaugurale, une communication portant, globalement, sur la thématique : **Développement de la stratégie de communication digitale des Organisations.**

L'objectif de cette communication est de créer un cadre d'échange qui permette aux professionnels de la Communication et du Marketing, de s'imprégner des attentes et exigences (en termes notamment de compétence) nouvelles liées à leur métier.

Elle sera prononcée par un décideur de référence qui maîtrise parfaitement les problématiques liées au métier de la Communication et du Marketing. Suivra, des échanges avec les participants.

N.B. : Toutefois, la personnalité chargée de prononcer la conférence inaugurale des JNCM 2019 sera désignée par le Comité d'Organisation sur la base de critères internes incluant la preuve d'une expérience Managériale Avérée. A ce stade, aucune proposition n'est attendu des candidats postulants.

Communication relative à l'axe 2 : Amélioration des interfaces Métiers

Toute Organisation est un système ouvert de relations et d'interactions constantes entre différents environnements et métiers. Les actions et le fonctionnement des uns ont des incidences plus ou moins maîtrisées sur les processus et les résultats des autres.

Aussi, la mauvaise gestion de ces interactions est susceptible d'influencer négativement la productivité d'ensemble et annihiler ainsi les efforts collectifs. Il convient donc de partager aux dirigeants présents aux JNMétiers les leviers de maîtrise des interfaces entre les métiers de l'entreprise afin de permettre une meilleure synergie d'action entre professionnels interfacés.

Ce second axe des JNMétiers est un cadre de mise en relation des métiers afin de communiquer la compréhension, les attentes, les exigences, les préoccupations, les contraintes etc...des uns vis-à-vis des autres au sein de l'Organisation.

Aussi, est-il attendu, des communications de Professionnels et d'Experts de métiers fortement interfacés avec les métiers de la communication et du marketing. Ces communications pourront chacune exposer un aspect précis des enjeux d'interfaces avec les métiers de la communication et du marketing pour une collaboration réussie au sein des Organisations.

Communication relative à l'axe 3 : Amélioration des performances techniques liées aux évolutions du métier

La vision managériale déclinée et discutée au cours de la conférence inaugurale aura entre autres éclairé sur les nouvelles orientations du métier et les compétences techniques essentielles à développer pour l'exercer de manière plus efficace.

Il s'agit à présent de créer un cadre pragmatique qui permette aux professionnels concernés de se former à de nouvelles compétences afin de se mettre à niveau. D'où la pertinence de ce troisième axe de communication souhaité.

Des experts-métiers seront invités à ce stade pour orienter les travaux et dispenser au besoin des formations pointues sur des points clés de la fonction.

Cet axe, compte tenu de sa vocation pédagogique, servira également de cadre de partage d'expériences entre les professionnels présents. Les participants auront ainsi l'opportunité d'accéder non seulement à de nouvelles connaissances théoriques mais aussi et surtout à des idées et solutions éprouvées par d'autres praticiens.

L'objectif principal des communications attendues à ce niveau est de renforcer les compétences en matière de savoir, savoir-faire et de faire-savoir des praticiens et leur permettre de capitaliser sur les bonnes pratiques du métier. Il est donc attendu, des communications sur les thématiques d'actualité du métier de la communication et du marketing.

Ces communications animées par des professionnels et experts de la communication et du Marketing porteront globalement et cela de façon non exhaustive sur (i) la communication interne et (ii) le Marketing digital.

Il s'agira pour les soumissionnaires, sur la base des thématiques sus citées, de proposer des communications intégrant les évolutions et les innovations à la fois techniques, technologiques et les bonnes pratiques en liens avec les métiers de la Communication et du Marketing.

Communication relative à l'axe 4 : Développement personnel et renforcement des aptitudes managériales des Dirigeants Métiers

La compétence professionnelle ne tient pas seulement aux connaissances théoriques ou pratiques. La gestion des Hommes est par essence une mission délicate qui impose à tout Dirigeant, aussi compétent techniquement, d'améliorer ses aptitudes managériales et de développer son leadership personnel.

De fait, la gestion des Hommes est une dimension qui influe positivement sur l'amélioration des compétences et la compétitivité des entreprises.

A cette étape, il est attendu des communications d'actualité et à enjeux, portant sur la connaissance de l'Homme, le développement personnel et le leadership des Dirigeants Métier en vue de l'amélioration continue des aptitudes managériales des Professionnelles de la Communication et du Marketing.

■ Demande de communication

Dans le cadre de cet appel, toute contribution pertinente, ou proposition de thèmes plus élaborés émanant d'Universitaires, d'Experts ou de Professionnels et Spécialistes de la Communication et du Marketing ainsi que d'autres métiers en conformité avec les prescriptions des différents axes est la bienvenue.

Si vous souhaitez animer une session relative à l'un des axes ci-dessus, vous êtes invités à faire connaître votre intention en adressant une proposition de communication (titre et résumé) sous forme de document électronique à l'adresse suivante : jncm@mzkgroup.info

- Expression de la volonté de soumissionner : au plus tard le 15 Décembre 2018
- Soumission des communications et/ou témoignages : au plus tard le 15 Janvier 2018
- Réponse du Comité de Validation : au plus tard le 30 Janvier 2019 à 18heures

Évaluées par un Comité de Validation composé du Comité de Scientifique des JNCM, des membres du Conseil d'Orientation Stratégique des JNMétiers et appuyé par un Secrétariat Technique, les propositions seront traitées selon trois (03) modalités :

- ✓ Acceptation sans modification ;
- ✓ Acceptation avec modification ;
- ✓ Refus de la proposition.

Les communications doivent parvenir, au plus tard, le 21 février 2019.

■ Normes de rédaction

- * La communication ne devra pas excéder 20 pages numérotées (bibliographie, références et annexes comprises).
- * La première page de la communication doit comporter : Nom et prénom de/des auteur(s), titres professionnels, coordonnées et institution(s) de rattachement, titre de la communication, résumé de 15 lignes (maximum) et 5 mots clé ;
- * La communication commence à la page 2 et débute par le titre de la communication ;
- * La communication devra être rédigée : Times New Roman, caractère 12, interligne 1.5, espacement paragraphe : 6 points avant, 6 points après, marge 2.5 (hauteur et largeur) ;
- * La numérotation des paragraphes : 3 niveaux maximum
 - **Titre 1 : 1.** (police 14, gras, espacement paragraphe : 12 points avant, 12 points après).
 - **Titre 2 : 1.1** (police 12, souligné, espacement paragraphe : 6 points avant, 6 points après)
 - **Titre 3 : 1.1.1** (police 12, italique et gras, espacement paragraphe : 6 points avant, 6 points après).

■ Comité de Validation

Comité Scientifique



Mme Carmen MERHEB
Responsable Communication et Marketing CNPS, Présidente du RICOM



Mme Angèle KABRAN
Responsable Communication et Relations Publiques SMB



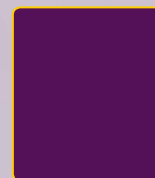
M. Abel WOGNIN
Chargé de Communication CGRAE



M. Dominique KALIF
Directeur Adjoint de la Communication CIE



M. N'golodin COULIBALY
Chef de Service WEB Présidence



Mme Roseline KOUYATE
Responsable Communication FDFP

Comité d'Orientation Stratégique



M. Ignace KOUI
Directeur de la Cellule Centrale de Gestion Fiduciaire et de Suivi Programmatique du Ministère de la Santé, Expert en Management et Leadership



M. BEHI TOGBA
Directeur du Développement des Ressources Humaines CIE



Mme Eugénie ATTIA
Présidente Honoraire du RIGRH



M. Mohamed KABA
Directeur Régional des Ressources Humaines & Directeur RH Groupe, Système des Rémunérations, Eco-bank



M. Aimé MEA
Conseiller Technique du DG du Trésor et de la Comptabilité Publique, Président de l'APQCI



M. Marcellin ZUNON
Expert-Comptable Diplômé, Associé Mondon Conseil International

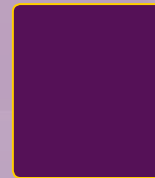
Secrétariat Technique



M. Michael TRA BI
Responsable Communication INTELLIGENCE



M. Patrick APPIA
Senior Project Manager INTELLIGENCE



M. Alain TCHOUMAVI
Senior Project Manager INTELLIGENCE



M. Amadou KOMENAN
Responsable Etudes et Projets INTELLIGENCE



Mme Larissa GNAGBO
Event Manager INTELLIGENCE

