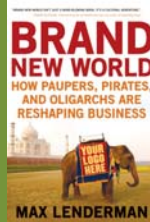
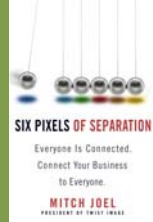
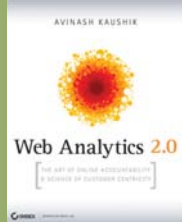
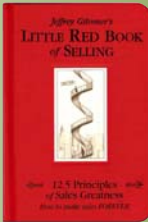
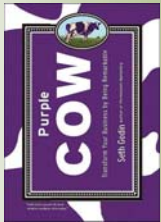


Traduction  
simultanée en français  
disponible



## La conférence sur le marketing et l'innovation du Canada

30 septembre 2010 | 9 h – 17 h  
Le Palais des congrès de Montréal



Seth **Godin**  
Leadership & créativité

Jeffrey **Gitomer**  
Fidélisation de la clientèle & ventes

Avinash **Kaushik**  
Mesure de la marque : métrique & analytique

Mitch **Joel**  
Marketing numérique & médias sociaux

Max **Lenderman**  
Identité de marque & marketing expérientiel

Andy **Nulman**  
Stratégie & innovation

## À PROPOS...

En s'appuyant sur le succès des programmes de conférence **AU SUCCES FULGURANT** de Toronto et de Calgary, cette conférence d'un jour présente six auteurs et chefs de file renommés et produisant les meilleures ventes. Ils partageront avec vous une combinaison stimulante de réflexions avant-gardistes et d'expériences concrètes sur les questions d'actualité les plus critiques en marketing. Saisissez l'occasion de faire partie de l'histoire et réseautez avec plus de 1200 personnes parmi les plus influentes en marketing du Canada.

## POURQUOI?

L'Art du marketing, développé pour répondre aux questions actuelles auxquelles votre organisation est confrontée, fournira une meilleure compréhension de la façon dont le marketing a changé, du rôle que cette discipline joue actuellement dans la décision d'achat, de ses effets sur votre organisation et ultimement de la façon dont le consommateur voit, interagit et positionne sa marque dans un marché surchargé.

## QUAND?

30 Septembre 2010 | 9 h – 17 h

## OÙ?

Le Palais des congrès de Montréal

201 Avenue Viger Est  
Montreal, Quebec  
H2Z 1X7

Téléphone : (514) 871-3170

Web : [congresmtl.com](http://congresmtl.com)



## AGENDA...

8 h 30	OUVERTURE DES PORTES
9 h – 9 h 10	REMARQUES PRÉLIMINAIRES
9 h 10 – 10 h	<b>MITCH JOEL</b>
10 h – 10 h 15	PAUSE
10 h 15 – 11 h 45	<b>SETH GODIN</b>
11 h 45 – 13 h	DÉJEUNER
13 h – 13 h 50	<b>AVINASH KAUSHIK</b>
13 h 50 – 14 h 40	<b>MAX LENDERMAN</b>
14 h 40 – 15 h	PAUSE
15 h – 15 h 45	<b>ANDY NULMAN</b>
15 h 45 – 17 h	<b>JEFFREY GITOMER</b>

## Qui devrait **PARTICIPER...**

Gestionnaires	Coordinateurs en marketing	Assistants en marketing
Coordinateurs publicitaires	Coordinateurs des communications	Représentants en marketing
Coordinateurs	Gestionnaires des communications	Relations avec les médias/publicitaires
Directeurs publicitaires	Consultants	Spécialistes du marketing en ligne
Gestionnaires publicitaires	Spécialistes du marketing numérique	Chefs de produit
Directeurs artistiques/créatifs	Spécialistes du marketing direct	Vice-présidents, développement d'affaires
Chefs de marque	Directeurs du marketing	Vice-présidents, marketing
Gestionnaires de produits	Entrepreneurs	

## Les **COMMENTAIRES** de participants...

« Conférence fantastique! J'ai hâte d'intégrer les idées et les approches présentées. Les conférenciers étaient extraordinaires. Journée superbe, instructive et motivante. »  
– *Gestionnaire en marketing, The Economical Insurance*

« Présentation fantastique sur l'excellence en marketing, instructive et bien structurée. J'apprécie beaucoup l'information que j'ai assimilée et je débattrai les questions audacieuses qui restent ouvertes. »  
– *Spécialiste en communications, STAPLES Advantage*

« Apprentissage perspicace et pertinent de la part de leaders du changement et de créateurs de réflexions! Bonne brochette de conférenciers et d'observateurs culturels. »  
– *Directeur des ventes publicitaires, Lavalife*

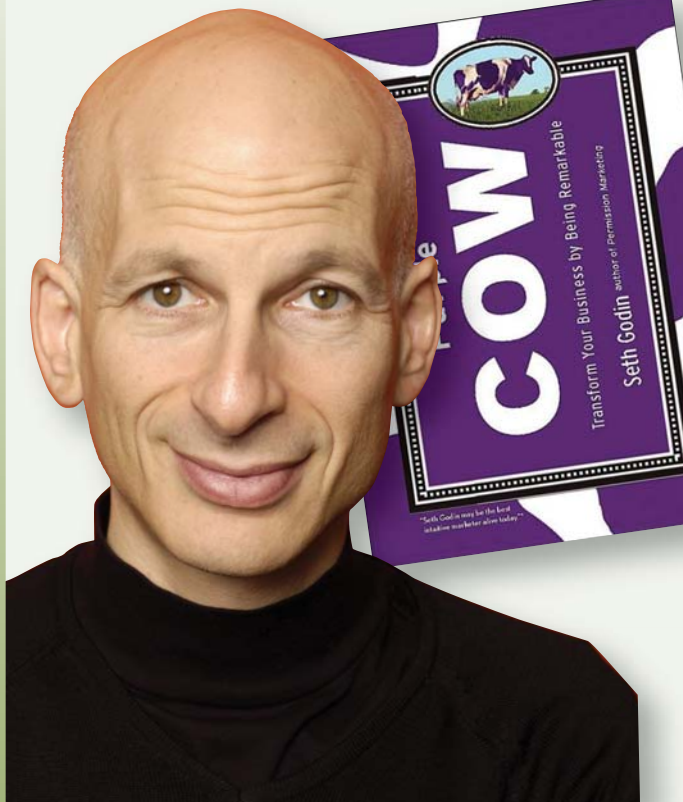
« L'un des jours les plus précieux que j'ai vécus depuis longtemps! »  
– *Vice-président, ScoreGolf*

« Une occasion formidable d'acquérir, en une journée, un aperçu des idées remarquables dans les domaines du marketing et du développement corporatif et personnel. »  
– *Directeur du marketing, Hockey Canada*

« L'Art du marketing a été un événement rempli d'idées inspirantes proposées par des conférenciers inspirants. Quelques-uns des talents chevronnés de l'industrie partagent leurs secrets et leurs visions du futur. Certaines des personnes les plus chevronnées de l'industrie ont partagé les secrets de leur succès et leur vision pour l'avenir – INESTIMABLE! »  
– *Gestionnaire principal du marketing, Scotiabank*

## **CLIENTS** de marque

3M	Direct Energy	L'Oreal	Rogers Communications
Ajilon	Ernst & Young	Maritz Canada	Royal Sun Alliance
Allstream	Expedia	McCain Foods	Scotiabank
AON	Government of Canada	Metroland Media Group	Siemens
Aviva	Heinz	Microsoft	Sony Canada
Bell Canada	Hewlett Packard	Molson Canada	Staples
BMO	Hilton Hotels	Moneris Solutions	TD Financial Group
BMW	Honda	NBA	TELUS
CAA	HSBC	Panasonic	The Brick
Chanel	Hyatt	Purolator	Toromont CAT
Cineplex Media	IBM	RBC	UPS
Cintas	Investors Group	RE/MAX	Warner Brothers
Cisco Systems	Konica Minolta	Ricoh	WestJet
CTVglobemedia	KPMG	Research In Motion	Yellow Pages Group



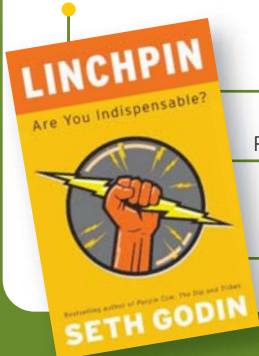
## Leadership & créativité

### VOUS APPRENDREZ...

- À transformer votre entreprise en étant remarquable
- Le marketing de permission : changer des étrangers en amis et des amis en clients
- Le pouvoir de raconter des histoires vraies dans un monde en déficit de confiance
- Votre marketing est-il inapproprié?
- Pourquoi les compagnies intelligentes renoncent aux tracas et adoptent le changement
- Êtes-vous indispensable?

Publié en février 2010

**Linchpin: Are You Indispensable?**  
figure déjà au palmarès des meilleures ventes  
du NY Times & du Wall Street Journal



# Seth Godin

Auteur bénéficiant des meilleures ventes selon le New York Times,  
**Purple Cow, Tribes & Linchpin**

Le gourou du marketing le plus en vue considéré comme « l'entrepreneur ultime de l'âge de l'information », Seth Godin, est un auteur produisant les meilleures ventes, un entrepreneur et un agent de changement. Nommé l'un des 21 meilleurs conférenciers du 21<sup>e</sup> siècle par Successful Meetings Magazine, Seth Godin s'appuie sur ses ouvrages les plus vendus et sur des années en tant que pionnier du marketing pour subjuguier des auditoires de tous types.

Le premier ouvrage de Seth Godin, *Permission Marketing*, figurait dans le palmarès des œuvres ayant les meilleures ventes du New York Times qui ont révolutionné la manière dont les corporations abordent les consommateurs. Fortune Magazine l'a qualifié d'un de leurs meilleurs livres d'affaires et Promo magazine l'a qualifié de « chef de file en matière de marketing de permission ». *Purple Cow*, le numéro 1 en marketing ayant généré les meilleures ventes sur Amazon en 2003, a appris aux adeptes du marketing l'importance de se démarquer. *Free Prize Inside*, publié en 2004, a fait part de conseils pratiques sur la façon de mettre en application l'ouvrage *Purple Cow* pour travailler au sein de son organisation de façon à y provoquer des changements. Dans *All Marketers Are Liars*, Seth Godin dévoile que les consommateurs d'aujourd'hui nécessitent plus que le marketing traditionnel; ils ont besoin qu'on leur raconte une histoire au sujet du produit. *Meatball Sundae* reprend quelques-uns de ses conseils de marketing les plus populaires, tout en insistant sur le fait qu'il faut les appliquer avec prudence. *The Dip* est un court manuel sur le renoncement. Seth Godin explique quand renoncer et quand persévérer même après une mauvaise passe. Godin's *Tribes: We Need You to Lead Us* est un autre succès de librairie. L'argument selon lequel le leadership est la meilleure tactique de marketing pour toute organisation y est abordé. Dans un monde qui rapetisse un peu plus chaque jour, ce sont les leaders qui ont la capacité de réaliser des choses et qui font le plus de bien.

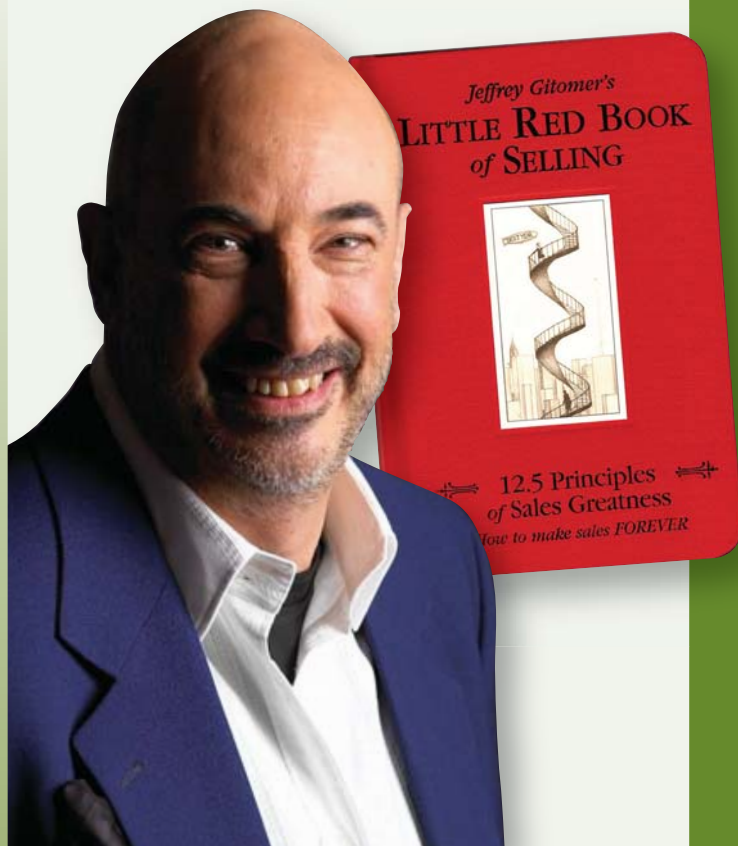
Dans ce programme de conférences éclairant, Seth Godin se centre sur la pensée créative pour créer une offre qui sort de l'ordinaire et fait en sorte que les clients la remarquent. En utilisant des exemples concrets issus d'entreprises extrêmement prospères, Seth Godin dévoile les bénéfices à employer la pensée créative pour transformer les idées et pratiques d'affaires. Il explore la manière dont les idées se propagent, pourquoi les histoires des entreprises importent, pourquoi une attitude respectueuse envers les consommateurs est rentable et comment de telles décisions d'affaires déterminent si votre entreprise sera visible ou non.

Après avoir obtenu un MBA de l'Université Stanford, Seth Godin a été nommé chef de marque chez Spinnaker Software. En 1995, il a fondé l'entreprise Internet innovatrice Yoyodyne, qui est devenue le chef de file en publipostage et en promotions sur le Web en 1998, avec des clients aussi variés que AT&T et Sketchers' Shoes. Il a également conçu des campagnes qui allaient bien au-delà des sites Web. En 1998, Yoyodyne a été vendue à Yahoo! et Seth Godin est devenu vice-président du marketing direct pour ce géant d'Internet. Seth Godin a ensuite quitté Yahoo! en janvier 2000 pour poursuivre son travail en tant qu'agent de changement à temps plein.

Seth Godin est inlassablement curieux, obstiné et bien informé sur un large éventail de sujets. Il est un spécialiste du marketing acharné... et un visionnaire lucide aux idées fortes et sensées sur la manière dont la nouvelle économie peut, devrait fonctionner et fonctionnera.

- Miami Herald

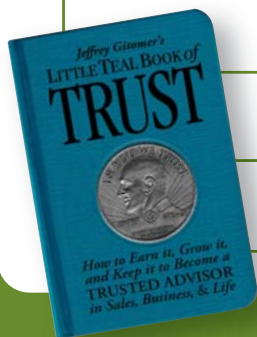




## Fidélisation de la clientèle & ventes

### VOUS APPRENDREZ...

- Comprendre les motivations d'achat
- La formule pour l'apprentissage à vie
- Une question de RÉSEAU, PAS de travail
- La formule de fidélisation
- Établir une vraie différence entre vous et les autres organisations
- Quelle est la valeur de votre client?
- Comment bâtir une relation?
- La différence entre des clients satisfaits et loyaux
- La valeur des actions mémorables
- Le côté personnel du service à la clientèle – les NOUVELLES règles du jeu
- Liste des « éléments que les clients veulent MAINTENANT » de Jeffrey Gitomer



Publié en février 2010

**The Little Teal Book of Trust**  
figure déjà au palmarès des meilleures ventes  
du NY Times

# Jeffrey Gitomer

Auteur bénéficiant des meilleures ventes selon le New York Times,  
**The Sales Bible** & **The Little Red Book Of Selling**

### Définition de Gitomer [git-o-mer] nom

1. Un conférencier et auteur créatif, avant-gardiste, dont l'expertise en ventes, en fidélisation de la clientèle et en développement personnel est reconnue.
2. Réputé pour ses présentations, séminaires et discours d'ouverture drôles, perspicaces et directs.
3. Concret.
4. Original.
5. Exact.
6. Fournit à l'assistance de l'information pratique dès la fin du séminaire pour que ce public la fasse fructifier.

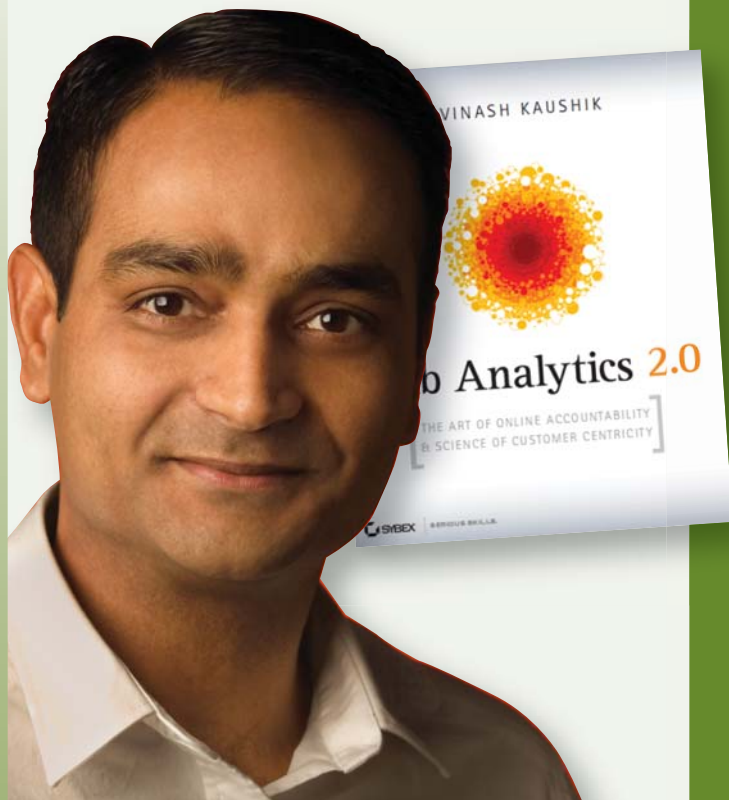
Les vendeurs, spécialistes du marketing et personnes en relation avec la clientèle, sont à la recherche de nouvelles informations sur leurs situations, interactions, occasions, problèmes et défis quotidiens. En bref, quiconque assiste à un séminaire cherche des RÉPONSES.

Conférencier et formateur plus de 150 fois par an, Jeffrey Gitomer fournit des réponses, informe, conteste et divertit les professionnels d'entreprises comme BMW, Cingular Wireless, Coca Cola, DR Horton, Hilton Hotels, NCR, BNC Mortgage, Ferguson Enterprises, Liberty Mutual, Principal Financial et une centaine d'autres organisations.

Les séminaires de Jeffrey Gitomer sont centrés sur l'autoévaluation des individus et fournissent de l'information pragmatique et concrète facile à comprendre et à utiliser. Il est l'auteur du palmarès des meilleures ventes du New York Times pour ses livres à succès *The Sales Bible*, *The Little Red Book of Selling* et *The Little Red Book of Sales Answers*. Tous ces livres ont été des succès de librairie sur Amazon.com, y compris Customer Satisfaction is Worthless, Customer Loyalty is Priceless, The Patterson Principles of Selling et son dernier succès *The Little Black Book of Connections* et *The Little Gold Book of YES! Attitude*. Les ouvrages de Jeffrey Gitomer ont été vendus à plus d'un million d'exemplaires à travers la planète.

« Jeffrey Gitomer combine la recherche considérable, le talent et la capacité à établir des relations avec quelque auditoire que ce soit pour un maximum d'effet. »

- Rod Beeler, Vice-président, Caterpillar



## Mesure de la marque : métrique & analytique

### VOUS APPRENDREZ...

- Comment devenir plus axé sur les résultats en ce qui concerne votre marketing en ligne
- Comment lever le doute sur la créativité, l'image, l'offre et le produit qui correspondent à vos clients
- Comment le Web vous donne la capacité de prendre des risques, tirer des leçons de vos erreurs rapidement, détecter les forces et faiblesses de votre concurrent, écouter vos clients et comprendre leur comportement comme jamais auparavant
- Comment changer votre façon de concevoir les données en ligne
- Comment révolutionner l'existence

# Avinash Kaushik

Auteur bénéficiant des meilleures ventes selon le New York Times, **Web Analytics 2.0** & **Web Analytics: An Hour a Day**

Avinash Kaushik est le cofondateur de Market Motive inc. et Analytics Evangelist pour Google.

À travers son blogue *Occam's Razor* et ses succès de librairie *Web Analytics: An Hour A Day* et *Web Analytics 2.0*, Avinash Kaushik est reconnu en tant que voix d'autorité sur la façon dont les spécialistes du marketing, les équipes directoriales et les leaders de l'industrie peuvent exploiter les données pour réinventer fondamentalement leur existence numérique.

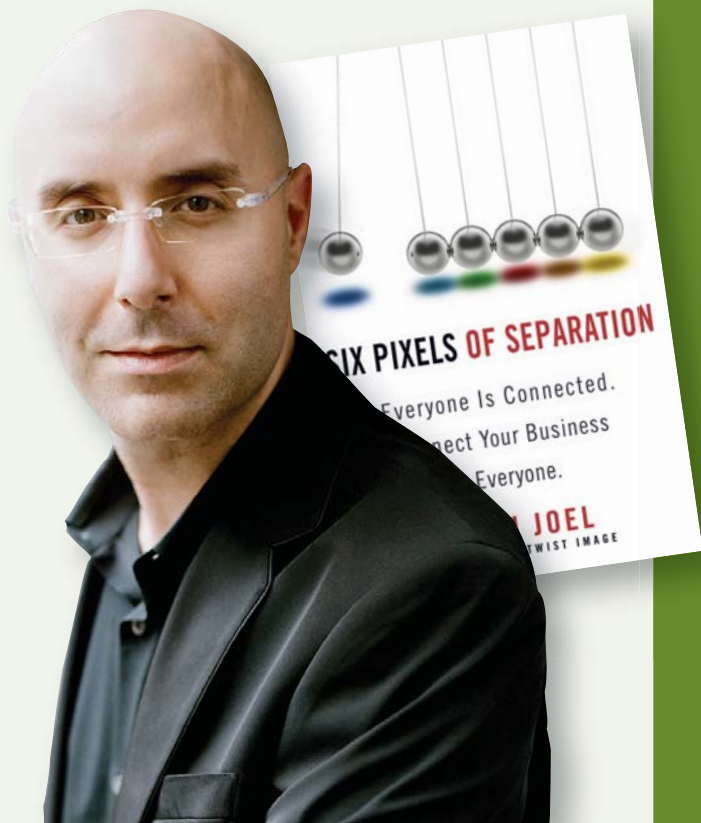
Avinash Kaushik établit un cadre de sens commun autour du monde souvent frénétique du Web analytique et combine cela avec la philosophie selon laquelle l'investissement dans des analystes talentueux constitue une clé du succès à long terme. Il défend avec passion l'importance centrale du client et l'exploitation de techniques avant-gardistes en matière d'intelligence compétitive.

Avinash Kaushik a reçu des critiques louangeuses pour ses idées dynamiques, inspirantes et pratiques mises au service de compagnies comme Unilever, Dell, Time Warner, Vanguard, Porsche et IBM, ainsi que ses allocutions dans le cadre d'une variété de conférences mondiales, incluant Ad-Tech, Monaco Media Forum, iCitizen, JMP Innovators' Summit, MeasureUp et Web 2.0. Il est également conférencier pour des universités majeures comme l'Université Stanford, l'Université de Virginie et l'Université de l'Utah.

Avinash Kaushik s'est récemment vu décerner le prix annuel 2009 Statistical Advocate of the Year Award de la part de l'American Statistical Association.

« Avinash Kaushik est un brillant stratège et un expert dans la façon dont le Web analytique peut être utilisé pour être bénéfique pour votre entreprise. Sa capacité à véhiculer sa philosophie avec un tel enthousiasme fait de lui un conférencier remarquable pour tout événement. »

- Fortune Interactive



## Marketing numérique & médias sociaux

### VOUS APPRENDREZ...

- Comment se débarrasser des anciennes habitudes et repenser le marketing dans un monde connecté
- Statistiques époustouflantes sur le monde en ligne et sur ce que les personnes font et disent à propos de votre entreprise
- Comment prospérer dans un monde où tout individu dit et peut dire tout ce qu'il désire sur les marques, produits et services
- Pourquoi la question « pourquoi? » est bien plus importante à poser à vos équipes que « quoi? »
- Comprendre ce que « contrôle » signifie dans un monde numérique
- Pourquoi la publicité traditionnelle nous rend tous plus irresponsables que jamais

# Mitch Joel

Auteur bénéficiant des meilleures, *Six Pixels of Separation*

Lorsque Google a voulu expliquer le marketing en ligne pour les meilleures marques du monde, Mitch Joel fut sollicité au Googleplex à Mountain View, en Californie. Marketing Magazine l'a surnommé « la vedette du rock en marketing numérique » et l'a qualifié de « l'un des principaux visionnaires d'Amérique du Nord en numérique ». En 2006, on l'a baptisé l'une des autorités les plus influentes dans le monde en blogue de marketing. Mitch Joel est président de Twist Image – une agence de communication et de marketing numérique primée. Il est considéré comme un visionnaire en marketing et en communications, un expert interactif et un dirigeant de la communauté. Il est également blogueur, baladodiffuseur, entrepreneur passionné et conférencier et il entre en relation avec les gens à travers le monde en partageant ses réflexions sur le marketing numérique et la marque personnelle. En 2008, Mitch Joel a été nommé l'homme canadien le plus influent en matière de médias sociaux et l'un des 100 meilleurs spécialistes du marketing en ligne dans le monde. Il a été primé dans le très prestigieux palmarès canadien des meilleures personnes ayant moins de 40 ans (qui reconnaît les individus qui ont remporté un succès considérable, mais n'ont pas encore atteint l'âge de 40 ans).

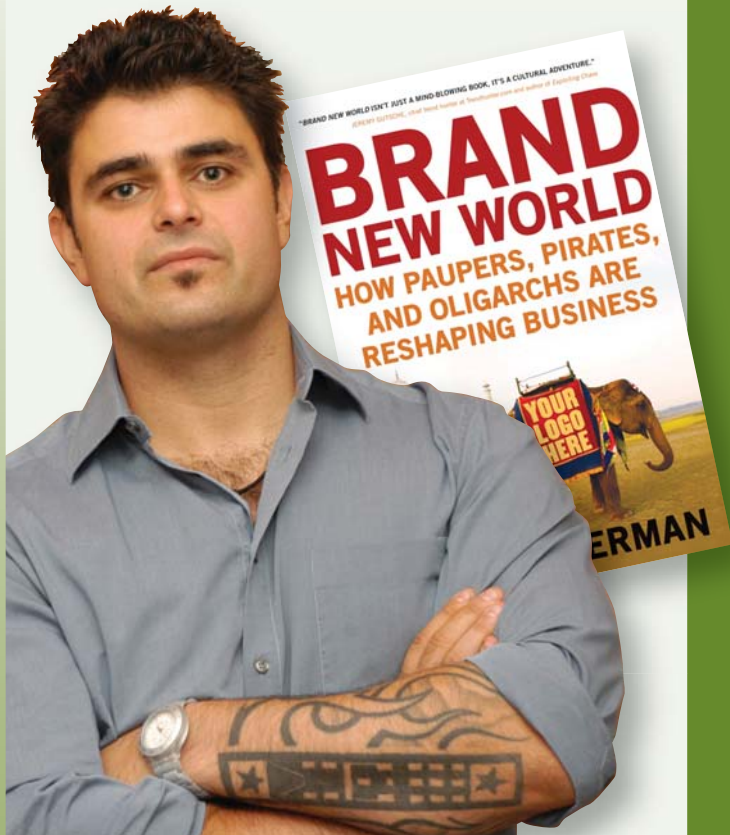
Mitch Joel effectue fréquemment des présentations à l'intention de groupes divers comme Starbucks, Microsoft, Procter and Gamble, Hewlett Packard et a partagé la scène avec l'ancien président des États-Unis Bill Clinton, Anthony Robbins et Dr Phil.

Mitch Joel est fréquemment convié à agir comme un expert du contenu thématique pour CTV National News, Canada AM, CBC Newsworld, Marketing Magazine, Strategy, The Globe & Mail, The National Post et plusieurs autres médias d'information. Sa rubrique d'affaires dans le journal New Business - *Six Pixels of Separation*, est publiée deux fois par mois à la fois dans The Montreal Gazette et le Vancouver Sun, et sa rubrique mensuelle, *Ultraportable présentée* dans le magazine enRoute. Son premier ouvrage, *Six Pixels of Separation*, ainsi appelé en souvenir de son blogue et balado (podcast) à succès, a été publié en 2009.

« La présentation de Mitch Joel nous a aidés à voir que nous avons besoin de changer de paradigme par rapport à la façon dont nous avons interagi avec nos clients. Ses idées et réflexions nous ont conduits vers de nouveaux concepts pour le développement de nos marques. »

- Pfizer





## Identité de marque & marketing expérientiel

### VOUS APPRENDREZ...

- Apprenez comment les oligarques utilisent la publicité radicale et les tactiques de marketing pour lancer des marques et réinventer des produits
- Plongez au sein d'une escroquerie de marque de plusieurs milliards de dollars à Silk Street, l'épicentre du piratage et de la contrefaçon en Chine, apprenez comment les pirates remodelent les marques à travers la planète et ce que les marques font en retour pour lutter et les coopter
- Apprenez les secrets du succès du marketing et de la publicité ciblant quatre milliards de personnes dans ce monde en examinant comment les marques et les produits atteignent l'arrière-pays de l'Inde, qui comprend la population la plus pauvre dans le monde
- Découvrez les stratégies et philosophies qui orientent le futur du marketing et de la publicité dans le marché mondial

# Max Lenderman

Auteur bénéficiant des meilleures ,  
*Brand New World & Experience the Message*

Un pionnier dans le domaine du marketing expérientiel, Max Lenderman encourage les entreprises à regarder au-delà de la communication traditionnelle pour que les clients interagissent avec leurs marques et les adoptent.

Max Lenderman est directeur pour le compte d'OuterActive à Crispin, Porter + Bogusky, l'agence de communication la plus primée du 21<sup>e</sup> siècle. Il est l'ancien directeur exécutif de création de GMR Marketing, l'entreprise de marketing expérientiel la plus vaste d'Amérique du Nord, où ses travaux ont été couronnés par de nombreuses reconnaissances de l'industrie, la plus récente incluant les prix Effie Awards de 2009 et Ex Awards de 2007, 2008 et 2009.

Après son retour du corps des volontaires de la paix américain qui l'avait amené à forer des puits au Tchad, Max Lenderman a commencé sa carrière dans la ville de New York en tant que journaliste en marketing pour un grand nombre de magazines commerciaux comme *Cable World*, *Beverage World*, *Impact* et *Periscope*. Il a également fréquemment contribué à des magazines sur le mode de vie des jeunes comme *High Times*, *Pop Smear* et *Hemperor*. En 1999, il a fondé et pris les rênes de Gearwerx Experiential Marketing, l'une des premières agences expérientielles au Canada, dont les bureaux se trouvent à Montréal et Toronto.

La publication avant-gardiste de Max Lenderman, *Experience the Message: How Experiential Marketing is Changing the Brand World*, était un livre d'affaires considéré comme le finaliste de l'année 2006 et a été cité comme « le meilleur livre sur le marketing expérientiel » disponible. Il a été traduit vers l'espagnol en 2008. Son dernier ouvrage, *Brand New World: How Oligarchs, Paupers and Pirates Are Changing Business*, a été publié par HarperCollins en avril 2009.

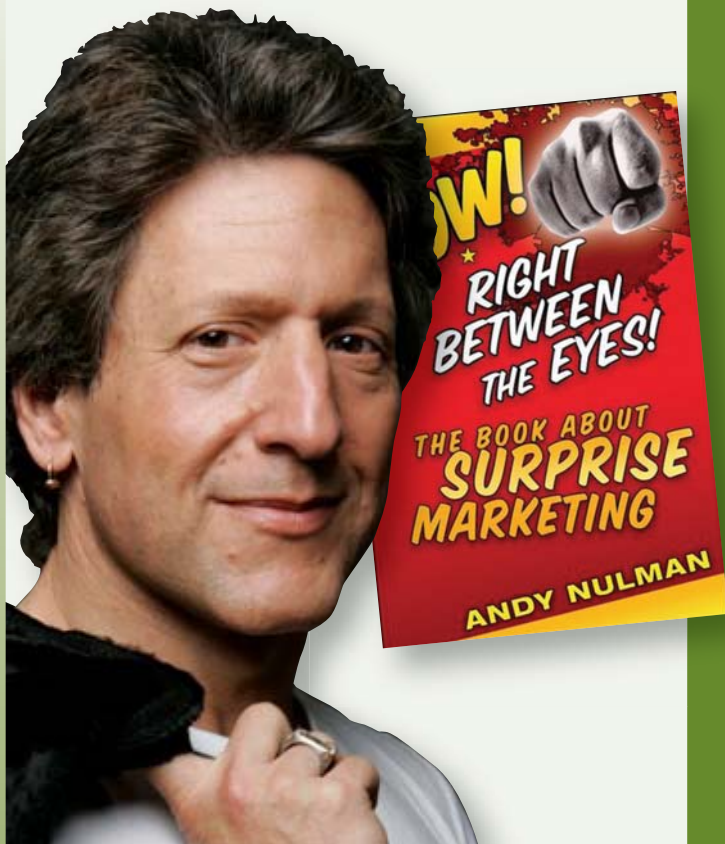
Max Lenderman est un membre fondateur du conseil de l'International Experiential Marketing Association (IXMA), un conférencier public, commentateur des médias et blogueur recherché sur des sujets concernant la stratégie de marque, le marketing expérientiel et les tendances émergentes mondiales en affaires.

Il est un ancien chroniqueur pour le Strategy Magazine et il contribue actuellement pour les magazines *Promo* et *Chief Marketer*. Son blogue populaire est disponible au [experiencethemessage.com](http://experiencethemessage.com).

« Un livre à lire absolument par quiconque veut participer au marché du futur. »

- Tony Chapman, Chef de la direction, Capital C





## Stratégie & innovation

### VOUS APPRENDREZ...

- **Pourquoi vous n'êtes pas normal :**  
Et pourquoi il s'agit d'un compliment plutôt que d'une insulte
- **Comment se projeter dans demain :**  
Une technique de projection importante qui tracera une trajectoire stratégique
- **Comment s'élancer vers l'inconnu :**  
Oubliez les conventions; agissez d'abord et réparez par la suite
- **Comment surmonter l'échec :**  
Secrets et tactiques sur la manière de vaincre l'échec... ou de le gérer
- **Histoires de lutte de premier plan :**  
Histoires hilarantes et ingénieuses de premier plan pour le développement d'une marque de renommée internationale; comment vendre une entreprise et éclipser les concurrents

# Andy Nulman

Auteur bénéficiant des meilleures ,  
**POW! Right Between the Eyes!**

Deux grandes victoires en partant de pas grand-chose. Et maintenant, Andy Nulman est de retour à la place où il a obtenu son premier succès, dans le but de tenter de remporter sa troisième victoire. C'est l'histoire résumée d'Andy Nulman. Quoique jeune d'esprit et habillé au goût du jour, il crée et dirige des projets majeurs en matière de médias depuis 35 ans.

À l'âge de 23 ans, Andy Nulman s'est associé à une petite entreprise en démarrage offrant un événement d'humour durant deux nuits en langue française à Montréal. Lorsqu'il a quitté cette entreprise 15 ans plus tard alors qu'il en était le chef de la direction et la force motrice, Juste pour rire était le festival le plus grand et le plus prestigieux en son genre sur la planète, attirant plus de deux millions de visiteurs en l'espace d'un mois. Durant son mandat, Andy Nulman a travaillé avec des personnes telles que Jay Leno, Drew Carey, Jim Carrey, Jerry Seinfeld, Chris Rock, Ray Romano, Martin Short, Tina Fey et Adam Sandler. Il a aussi vendu des commandites corporatives de plusieurs millions et a créé et réalisé plus de 150 spectacles de festival pour des émissions de télévision, en plusieurs langues, et ce, partout dans le monde.

Ensuite, Airborne Mobile est arrivée. En 1999, Andy Nulman a cofondé cette entreprise pionnière dans la nouvelle industrie des médias mobiles et du marketing. La plupart des gens, incluant les premiers investisseurs d'Airborne, n'avaient pas beaucoup d'espoir que leur cabinet survive au cours de sa première année d'exercice. Moins de sept ans plus tard, Airborne a été consacrée comme la 4<sup>e</sup> entreprise en technologie d'Amérique du Nord au Palmarès Technology Fast 500 de Deloitte et a été vendue à la société de portefeuille japonaise Cybird pour la somme de 110 millions de dollars. Trois ans plus tard, Andy Nulman et son partenaire l'ont rachetée à une somme bien inférieure. Pas étonnant qu'Andy Nulman s'exprime et apprenne à autrui comment réaliser l'impossible... peu importe de quoi il s'agit.

Actuellement, Andy Nulman est de retour avec des plans de changement majeurs et innovateurs à titre de président des festivals et du département de télévision de Just for Laughs ainsi que de son pendant francophone Juste pour rire. Comme son titre l'indique, il se chargera de Just for Laughs/Juste pour Rire ainsi que des nouveaux festivals à Toronto et Chicago, en plus du département de production télévisée de l'entreprise.

Au cours de ses moments de loisir, Andy Nulman est également un auteur souvent édité (avec trois livres à son actif, incluant l'initiative innovatrice en marketing *Pow! Right Between The Eyes—Profiting From The Power of Surprise*), un conférencier public fougueux, un amateur de planche à neige, un adepte invétéré de gymnastique, un mordru des arts contemporains, un ailier droit néophyte au hockey sur glace (converti après deux décennies en gardien de but) et un blogueur de fin de semaine.

D'autres réalisations comprennent sa nomination au palmarès canadien des meilleurs gens d'affaires ayant moins de 40 ans du Financial Post, son élection au palmarès des 100 meilleurs montréalais du 20<sup>e</sup> siècle et sa gratification par l'intermédiaire du Management Achievement Award de McGill de 2004.

## Prix d'entrée **GÉNÉRAL...**

Cet investissement vous donnera accès à une réunion inédite de penseurs en marketing. Premier arrivé, premier servi pour ce qui a trait aux places assises.

PAR PARTICIPANT

399 \$ + TPS

OFFRE DE GROUPE

349 \$ + TPS  
Achetez 3 billets ou plus  
et **ÉPARGNEZ 50 \$** sur le prix régulier

## Laissez-passer **V.I.P...**

Vivez le summum de l'expérience de **l'Art du Marketing!** Cet investissement exclusif vous permet de maximiser pleinement votre expérience et de tirer le plus de valeur et de contenu possible de cette conférence extraordinaire.

### Inclut :

- Accès V.I.P. Express
- Premières places assises réservées dans les cinq premiers rangs
- Un sac fourre-tout écologique et un cahier à spirales personnel
- Exemplaires des livres à succès présentés :

► Seth Godin - *Linchpin*

► Jeffrey Gitomer - *The Little Teal Book of Trust*

**LIVRE BONUS** - Chip & Dan Heath - *Switch*



PAR PARTICIPANT

499 \$ + TPS

OFFRE DE GROUPE

449 \$ + TPS  
Achetez 3 billets ou plus  
et **ÉPARGNEZ 50 \$** sur le prix régulier

## GROUPES...

Pour les groupes de 3 personnes ou plus, les billets doivent être achetés en même temps pour permettre de bénéficier du tarif préférentiel.

Des places assises réservées sont également disponibles pour des groupes de 20 personnes ou plus. Pour obtenir davantage de détails sur la disposition des places assises et l'aide additionnelle réservée aux groupes, veuillez communiquer avec un représentant d'Art of Productions inc. aujourd'hui.



# FORMULAIRE D'INSCRIPTION

30 septembre 2010 | 9 h – 17 h

Le Palais des congrès de Montréal

NOM DU CONTACT

TITRE

ENTREPRISE

ADRESSE

VILLE

PROVINCE/ÉTAT

CODE POSTAL

PAYS

COURRIEL

TÉLÉPHONE

COMMENT AVEZ-VOUS ENTENDU PARLER DE NOUS?

## OPTIONS DE PAIEMENT

CHÈQUE ou MANDAT

MASTERCARD

VISA

AMERICAN EXPRESS

NUMÉRO DE CARTE DE CRÉDIT

EXPIRATION

NOM DU DÉTENTEUR DE LA CARTE (ÉCRIRE EN CARACTÈRES D'IMPRIMERIE)

SIGNATURE

\*veuillez S.V.P. émettre tous les chèques à l'ordre de The Art of Productions Inc.

## TARIFICATION

Billet(s) V.I.P. 499 \$ ch. x \_\_\_\_\_ Billet(s) = \_\_\_\_\_

Sous-total = \_\_\_\_\_

Billet(s) généraux 399 \$ ch. x \_\_\_\_\_ Billet(s) = \_\_\_\_\_

TPS (5 %) = \_\_\_\_\_

**TOTAL = \_\_\_\_\_**

**ÉCONOMISEZ  
50 \$**  
par billet sur les  
groupes de 3  
personnes ou plus!

AUTRES PARTICIPANTS Nom (s )

COURRIEL

2 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

4 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

5 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6 \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

POLITIQUE D'ANNULATION : Les billets ne sont pas remboursables. Si vous ne pouvez pas assister à la conférence, libre à vous de transférer les billets à une autre personne ou pour un prochain événement. POLITIQUE SUR LA VIE PRIVÉE : The Art of Productions inc. s'engage à protéger votre vie privée. L'information personnelle recueillie sera utilisée pour l'acquittement de commandes de billets, pour fournir l'information sur les événements futurs et publiciser les noms des entreprises clientes. The Art of Productions inc. n'échange, ne loue et ne vend aucune information personnelle à des tierces parties. Si vous souhaitez que nous vous retirions de notre base de données, veuillez S.V.P. téléphoner au 905 266-9800. Pour notre politique sur la vie privée complète et plus d'information sur l'événement, veuillez S.V.P. consulter notre site Web au [www.theartofproductions.com](http://www.theartofproductions.com). Les détails de l'événement peuvent changer sans préavis.

H-22

**TÉLÉPHONE :**  
1.866.99.ART.OF  
or  
905.266.9800

**TÉLÉC.**  
905.266.9860

**COURRIEL**  
The Art of Productions Inc.  
3B-7600 Highway 27  
Vaughan, ON Canada  
L4L 1A5

**EN LIGNE**  
[theartofmarketing.ca](http://theartofmarketing.ca)