

Karim Mendil

Directeur Conseil chez WellPack

SON PARCOURS



Professionnel du marketing digital depuis plus de 15 ans, Karim Mendil accompagne les marques et les agences dans la conception et l'optimisation de leurs dispositifs d'acquisition, avec un objectif central : transformer les investissements média en résultats business mesurables. Après une expérience de près de 4 ans chez WellPack entre 2019 et 2022 en tant que Key Account Manager Senior, où il accompagne annonceurs et agences dans la mise en œuvre de dispositifs SMS orientés drive-to-store et acquisition locale, il rejoint ensuite le groupe Jaws en qualité de Directeur commercial associé de BLINKED, l'agence paid media du groupe. Il y pilote l'accompagnement stratégique et commercial de marques sur l'ensemble des leviers d'acquisition digitale : SEA (Google Ads, Microsoft Advertising), Social Ads (Meta, Instagram, LinkedIn, TikTok...), programmatique (display,

native, vidéo, TV, DOOH, webradio) ainsi que des sujets SEO / GEO (technique, sémantique, autorité). Cette expérience en agence média 360 lui permet de développer une lecture globale des plans médias, de l'exposition à la conversion, et d'intervenir sur toute la chaîne de valeur : stratégie d'activation, optimisation de la performance, pilotage de comptes à forts enjeux et développement commercial. En 2026, il revient chez WellPack en tant que Directeur Conseil, avec pour mission de structurer davantage la dimension conseil et d'inscrire toujours davantage le SMS et le RCS dans une logique d'intégration aux plans médias globaux pour créer des "customer journey" performants.

SES SUJETS DE PRISE DE PAROLE :

- Mobile Marketing : état des lieux du marché et idées reçues.
- De l'importance de penser le levier mobile (SMS et RCS) dans le mix media global !
- Dépasser les "sacro-saints" leviers : articuler Meta, Google Ads, SEO, programmatique et messaging mobile.
- Email et Mobile Marketing : maximiser l'impact de ses campagnes avec des stratégies ciblées.
- Du coût par clic au coût par visite : quels indicateurs pour piloter la performance drive-to-store ?
- Le messaging mobile comme média du « dernier mètre » : transformer l'exposition en conversion.
- Maillage territorial et stratégie multi-locale : quels leviers activer pour les enseignes à réseaux ?
- Décroissance du prospectus papier : le mobile comme solution ?
- Adoption du RCS : vers un nouveau standard conversationnel du marketing mobile ?
- Hyper-personnalisation prédictive : utiliser les statistiques pour envoyer un message au moment idéal du parcours d'achat.
- Le SMS et le RCS, des outils anti-inflation : comment utiliser le messaging mobile pour diffuser des offres promotionnelles ou de déstockage et protéger ainsi le panier moyen.
- Rationalisation des budgets publicitaires : pourquoi arbitrer en faveur de leviers mobiles au ROI immédiatement mesurable en période de tensions économiques ?
- Le "Moment Marketing" : analyse de la réactivité des consommateurs face aux notifications mobiles en temps réel.
- Réinvention de la communication de proximité : transformer l'usage du smartphone pour rendre le client acteur de la vie locale.

- Sobriété numérique : l'empreinte carbone optimisée du messaging mobile par rapport aux formats vidéo ou papier.
- Le marketing de la proximité : l'utilisation du géomarketing pour favoriser les circuits courts et l'efficacité des déplacements.
- Publicité digitale : comment parler différemment aux Big 5 ?
- Innovation marketing : à quoi pourrait ressembler le marketing de demain ?
- ...

A propos de WellPack :

Fondée en 2001 par Boris et Blaise Berdah, WellPack est aujourd'hui le leader français des campagnes d'acquisition locales sur mobile (SMS et RCS). L'entreprise collecte, valorise et monétise de la data B2C depuis plus de 20 ans, avec une forte expertise autour des enjeux drive-to-store. Conscient que le levier SMS est sous-exploité alors même qu'il bénéficie d'indicateurs de performance supérieurs à certains canaux usuels et d'un impact environnemental plus limité, WellPack se concentre en 2016 sur le SMS Marketing d'Acquisition. En 2024, avec l'émergence du RCS (Rich Communication Services), WellPack renforce son expertise en investissant ce nouveau canal et devient ainsi leader du marché du messaging mobile. Les 45 experts que compte l'entreprise accompagnent leurs clients sur toutes les étapes de la chaîne de valeur publicitaire (ciblage, stratégie, design graphique, wording, exécution et analyse) à travers une approche globale unique, ce dans des délais très courts. Sa plateforme propriétaire WEDATA, disponible en marque blanche, permet par ailleurs à ses clients annonceurs comme à ses partenaires agences de piloter, organiser et planifier eux-mêmes leurs campagnes. WellPack est propriétaire de la plus importante base de données RGPD compliant du marché, composée de +39M contacts 100% opt-in partenaire, lui permettant d'adresser une audience large à travers tout l'Hexagone. En 2025, WellPack a envoyé plus de 100 millions de SMS et RCS, opéré plus de 13 000 campagnes, et travaillé avec plus de 500 clients, parmi lesquels Picard, Renault, E. Leclerc, Midas, Gedimat, Général d'optique ou encore Jardiland. Au-delà d'objectifs d'acquisition et de branding, WellPack accompagne également des institutions et organismes - publics comme privés - via des campagnes SMS et RCS à visée d'information et de prévention. Site web : www.wellpack.fr

CONTACTS PRESSE | AGENCE LEON

Fiona THOMAS – Marianne FELCE-DACHEZ

fiona@agence-leon.fr – marianne@agence-leon.fr

06 61 73 98 18 – 06 07 15 28 42