

Flavien Charles

Directeur Général et Associé de WellPack

SON PARCOURS



Fort de 20 ans d'expérience dans la collecte, la valorisation et la monétisation de la data B2C, Flavien Charles a passé la très grande majorité de sa carrière professionnelle au sein des rangs de WellPack. Arrivé dans l'entreprise en 2003 en tant qu'alternant, il a rapidement gagné la confiance de Blaise et Boris Berdah, les fondateurs de WellPack, et a progressivement gravi les échelons de l'organisation jusqu'à en prendre la direction générale en 2012.

Engagé à faire bouger les lignes du secteur, Flavien Charles est très investi dans l'écosystème marketing. De 2019 à 2022, il a notamment été administrateur de l'Observatoire COM MEDIA, qui favorise les synergies entre prescripteurs et producteurs autour des enjeux de communication. De 2021 à 2023, il fut membre de BusinessFirst, un club qui crée et renforce les partenariats business entre éditeurs SaaS B2B. Depuis 2022, il est également l'un des interlocuteurs privilégiés de l'ADEME dans le cadre de l'expérimentation Oui Pub, qui vise à cibler plus efficacement la distribution de prospectus publicitaires pour en limiter le gaspillage.

Dans sa volonté de transmettre son savoir-faire, Flavien Charles est par ailleurs mentor de la BigBoss Academy. Il accompagne ainsi les entrepreneurs afin qu'ils optimisent leur manière de présenter leurs prestations. Enfin, parce que l'initiation au SMS commence dès les bancs de l'école, Flavien Charles est formateur au sein des écoles Oregami et ITIC Paris où il partage son expérience aux futurs traders médias des principales agences de communication.

SES SUJETS DE PRISE DE PAROLE

- SMS Marketing : état des lieux du marché et idées reçues.
- De l'importance de penser le levier SMS dans le mix média global !
- Acquisition, fidélisation... le SMS est aussi un levier de branding à part entière !
- Le SMS de conquête n'est pas un média intrusif ! ou comment répondre aux exigences du RGPD.
- Le SMS, un média écologique. Quelles initiatives pour réduire encore son impact environnemental ?
- Le SMS : un levier d'information et de prévention efficace.
- SMS & télémarketing : outils complémentaires pour une meilleure réceptivité des messages ?
- Géomarketing : le SMS comme solution d'acquisition ultra-locale.
- Retail : le média SMS au service de la génération de trafic pour les enseignes à réseaux.
- Fin des cookies tiers : le SMS, levier au ciblage pertinent dans un monde cookieless ?
- Décroissance du prospectus papier : le SMS comme alternative ? Analyse du dispositif OUI Pub.
- Arrivée attendue de la technologie RCS sur iOS : quels changements pour les campagnes SMS ?
- Émergence de messageries tierces (WhatsApp, Telegram...) : quels enjeux marketing ?
- ...

A propos de WellPack :

Fondée en 2001 par Boris et Blaise Berdah, WellPack est aujourd'hui le leader français des campagnes d'acquisition locales par SMS. 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. 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 +37M contacts 100% opt-in partenaire, lui permettant d'adresser une audience large à travers tout l'Hexagone. En 2023, WellPack a envoyé plus de 100 millions de SMS, opéré plus de 15 000 campagnes, et travaillé avec près de 500 clients, parmi lesquels Picard, Renault, E. Leclerc, Deichmann, Atol 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 à visée d'information et de prévention. Site web : www.wellpack.fr

CONTACTS PRESSE | AGENCE LEON

Louna LAFFONT – Fiona THOMAS

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

06 42 96 14 59 – 06 61 73 98 18