



L'agence JIN lance sa nouvelle offre "AI Campaigning"

Paris, le 7 juillet 2026 - JIN, groupe européen de relations publiques et d'influence digitale, annonce le lancement de "AI Campaigning", sa nouvelle offre corporate, qui permet de modéliser et d'anticiper les comportements de parties prenantes. Cette nouvelle offre permet de lancer une campagne calibrée public par public, d'ajuster les prises de parole, de réduire le risque réputationnel et de renforcer l'adhésion de chaque public.

AI Campaigning: la prédiction au service de la réputation

Cette nouvelle offre permet de modéliser et d'interroger les publics cibles. À partir de leurs conversations en ligne, des datas propriétaires de l'entreprise, de l'opinion et des comportements observés, JIN reconstitue leurs attentes et le déclencheur de leurs émotions. Il est désormais possible de tester un message, et de mesurer ses réactions probables.

De l'attention à l'adhésion : une méthode en quatre étapes, humain x IA

- Impact Factor :

Grâce à l'Impact Factor, les campagnes sont pilotées par des indicateurs précis, mesurant l'évolution réelle des perceptions en intégrant des données qualitatives comme la légitimité, l'efficacité et l'adhésion, et non plus seulement gérées via un pilotage par outils et purement quantitatif.

- Data Persona :

Les données sont ensuite condensées en un référentiel interactif et actualisé en continu : **Sur la base de très vastes quantités de données (média, social, propriétaires), le Data Persona** restitue les attentes réelles de chaque public, les contenus qui le font réagir, les leaders d'opinion de confiance et ses déclencheurs émotionnels : une audience qui, jusqu'ici abstraite, prend un visage et une voix.

- Chat Persona : dialoguer avec ses publics avant de leur parler

Cette fonctionnalité permet aux équipes de communication de simuler des conversations avec ces audiences modélisées, sous forme de chat, avant toute prise de parole publique. Un message clé, un angle de campagne ou une réponse de crise peuvent ainsi être soumis au Data Persona d'un public donné pour en évaluer la perception, le risque de rejet, voire le potentiel de crise et corriger le tir avant diffusion plutôt qu'après.

Cette capacité à pré-tester dans un dialogue avec une représentation fidèle et actualisée de ses cibles change la nature même du travail de communication : on ne devine plus la réaction d'un public, on l'anticipe.

- Campagne Hybride / Faire adhérer les publics:

Une fois les publics modélisés en Data Personas, JIN déploie des campagnes hybrides, calibrées public par public (relations presse, réseaux sociaux, digital, prise de parole des

dirigeants). La campagne se déploie ensuite en mode hybride, public par public. À chaque audience son message et son canal : médias, réseaux sociaux, dirigeants. Les experts JIN produisent les contenus, l'IA démultiplie la cadence, les senior advisors garantissent la cohérence d'ensemble.

« Dans cet environnement où les publics se fragmentent et où les IA conversationnelles réécrivent ce qu'on dit de vous, JIN associe la connaissance fine des audiences, la puissance de l'IA et l'expertise corporate. Une telle exigence ne relève plus de la prise de parole : elle relève de la campagne coordonnée, ciblée, pilotée par la data », déclare **Édouard Fillias**, CEO du Groupe JIN

À propos de JIN

JIN est un groupe de conseil en communication, expert de l'influence digitale et des relations publiques qui pilote la transformation par l'impact de la gestion de réputation, grâce à sa capacité data et IA. Ses 140 experts accompagnent des leaders de tous secteurs à travers l'Europe.

Contact presse agence JIN :

Diane LOTH - Dialogues PR

06 20 91 03 33 - diane@dialoguespr.fr