

PROGRAMME

Introduction

1. Un nouveau contrat de communication

- Un consommateur sur-sollicité
- Atelier** : les points de contacts puissance «N»
- Ré-inventer les marques : des marques icônes aux marques média, expérientielles et collaboratives
- Data et créativité : les nouveaux amis !

2. Planning stratégique Reloaded

- Atelier** : du planning stratégique traditionnel à l'engagement planning et au social planning
- Onboarding des ressources en cassant les silos
- Storytelling, contenu et engagement
- Piloter des études, s'engager sur des résultats et mesurer l'efficacité

3. La créativité au service de l'expérience client

- Veille, Social Listening et hard datas : marque, usages, campagnes
- Insights et personas
- À la recherche de la Big Idea et méthodes de design thinking
- Atelier** brief : aligner marketing, communication, création et média
- Rédiger sa recommandation stratégique pour séduire et convaincre le client

4. Le discours de la méthode

- Prisme d'identité de marque
- Start with a Why
- Modèle Full Potential pour les marques digitalisées
- Approches sémiologique et neuro-marketing

Conclusion et évaluation

DESCRIPTION

Une journée de formation pour découvrir les méthodes et nouveaux horizons du planning stratégique

COMPÉTENCES VISÉES

- Découvrir les nouvelles méthodes et data au service de l'expérience et la connaissance utilisateur
- Passer du planning stratégique à l'engagement planning
- Mettre ces méthodes au service de la recommandation communication et média

PUBLIC

Tout public communication, commercial et marketing



DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 140 euros HT

INTERVENANT

Mathilde PASTY, Directrice conseil, Intuiti

DATES

Sur demande au 01 43 12 15 28