

Anticiper les grandes mutations dans le domaine de la communication

Ref : MC2

Maîtriser les outils technologiques pour une vision opérationnelle

RÉUSSISSEZ À :

› Mettre en place des stratégies de communication multicanal

› Devenir un utilisateur confirmé des nouvelles technologies

› Appréhender les nouvelles habitudes des consommateurs

PUBLIC

Responsable marketing et marketing direct, Responsable développement, Chef de projet...

PROGRAMME

1. La révolution électronique

- › Le monde numérique
- › La convergence
- › La gestion du projet numérique
- › Les techniques électroniques de communication directe
- › Le numérique et le droit

2. La mondialisation de la communication

- › Mondialisation de la consommation et des modèles de référence
- › Stratégies de gestion de la communication à l'international
- › L'achat d'espace international

- › Les différences culturelles
- › Les frontières abolies
- › Nouveaux consommateurs, nouvelles cibles

3. Etude de cas

4. Les grandes évolutions sociales dans un monde développé

- › Le rapport à la famille, au groupe
- › Le rapport à la consommation
- › Les rituels
- › La consommation citoyenne
- › Les valeurs éthiques

5. Globalisation de la marque

- › De la marque produit à la marque concept et la marque style de vie
- › La marque mondiale, enjeux et limites
- › Le développement durable, enjeux des marques globales ?
- › La gestion des marques globales
- › La marque "expérience"

6. La communication holistique

- › Le management global de la marque et de sa communication sur tous les vecteurs
- › Les nouveaux moyens d'information du consommateur
- › L'articulation des progrès de communication
- › La communication 360° ultraciblée

7. Atelier pratique

INTERVENANTS

Eric Répérant : Conseil en Management, expert en communication - Responsable pédagogique du MBA Spécialisé "Conseil stratégique" à l'ISG

Marc Drillech : Directeur Général en charge du marketing, de la communication et des relations médias de IONIS Education Group - 25 ans d'expérience dans la publicité dont 15 ans chez Publicis (Président de Publicis Etoile puis de Publicis Dialog)

valeur ajoutée

› Une utilisation pratique des nouveaux outils de communication opérationnelle

› Des intervenants experts dont les compétences et l'expérience répondent aux mutations dans l'entreprise

INFOS PRATIQUES

Durée › 3 jours (2 + 1)

Dates › 8-9 avril et 6 mai 2010, 14-15 octobre et 4 novembre 2010

Lieu › Centre d'affaires Trocadéro, 75116 Paris

Tarif › 1890 € - Ce montant comprend aussi les pauses, le déjeuner et les supports pédagogiques électroniques

Toutes nos formations inter et intra-entreprises :
01 47 55 30 08 - contact@ionis-el.com - www.ionis-el.com