

Quelles clés pour des marques résilientes et créatrices de valeur partagée ?

Modalités

<p>3 jours - 21H00</p> <p>Durée : 3 jours (21h00) + activités à distance Sessions :</p> <p>A l'ADETEM - 12 rue de Milan – 75009 Paris</p> <hr/> <p>2 400 € HT</p>	<p>Pour qui ?</p> <p>Directeur Marketing Chef de marque Chef de produit Responsable RSM ou Engagement des marques (responsabilité de la marque) Responsable Innovation ou R&D Responsable communication</p>	<p>Quelle pédagogie ?</p> <p>En amont : pré-read d'acculturation à la RSE Des études de cas et exercices pratiques Du partage d'expérience Des apports théoriques portés par des experts Des travaux inter-sessions pour s'inspirer et mettre en pratique Une mise à disposition d'une ressource avec des liens et document utiles</p>	<p>Les pré-requis</p> <p>Cette formation nécessite de connaître les principes clés du métier de marketeur.</p>
---	--	---	---

QUELS OBJECTIFS ?

- Percevoir le rôle du marketing compte-tenu des défis du 21ème siècle
- Prendre en main les outils opérationnels permettant de positionner sa marque et son offre de manière plus durable
- Avoir des clés pour être promoteur du changement en interne

PROGRAMME

JOUR1

- Les nouvelles attentes des consommateurs et des parties prenantes – les grands enjeux qui les sous-tendent – les nouveaux défis et opportunités pour les entreprises et les marques
- Le nouveau rôle du marketing : répondre à la fois aux attentes des consommateurs et aux défis de résilience des organisations
- Initier la stratégie d'engagement de sa marque
- ETUDE DE CAS #1 : bien choisir les sujets d'engagement de sa marque

JOUR 2

- Intégrer le sens au cœur de son offre et du modèle économique
- ETUDE DE CAS #2 : démarche d'écoconception sur deux cas concrets (1 produit et 1 service)
- Intervention d'un expert de l'impact et de la qualité sociale et environnementale de l'offre
- Valoriser sa démarche et engager les parties prenantes
- Intervention d'un expert des labels produits et corporate

JOUR 3 (partie 1, 1/2 journée)

- ETUDE DE CAS #3 : mise en œuvre des engagements dans le parcours client
- Accompagner le changement : connaître les clés pour mobiliser en interne autour du marketing de sens

JOUR 3 (partie 2, 1/2 journée, 1 mois plus tard)

Séance d'intelligence collective pour aider les participants à surmonter les freins rencontrés

Cette formation a été créé en partenariat avec :

l'association nationale des professionnels du marketing  Adetem
association nationale
professionnels.marketing

et la chaire Positive Business de l'Université de Paris Nanterre  Positive Business
Chair  Université
Paris Nanterre
UFR SEGM

Les dates des futures promotions :

- 26 mai, 27 mai, 28 mai matin, 29 juin matin
- 23 juin, 24 juin, 25 juin matin, 09 septembre matin