

MARKETING RESPONSABLE

Vers des marques transformatives

OBJECTIFS



- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- Disposer de repères sur les enjeux de développement durable
- Identifier les bons leviers de création de valeur et d'innovation en s'appuyant sur la RSE
- Savoir utiliser les outils et méthodes pour concevoir des offres plus durables
- S'inspirer des bonnes pratiques
- Être en capacité de transposer les enseignements dans son métier



POUR QUI

- Directeur Marketing, Chef de Produit, Chef de Marque
- Responsable Innovation ou R&D

PÉDAGOGIE



- Apports conceptuels et méthodologiques
- Travail pratique et collectif
- Etudes de cas pratiques
- Benchmarks de pratiques inspirantes



MODALITÉS

2 jours

- 18 et 19 mars 2021, distanciel
- 17 et 18 juin 2021, présentiel
- 07 et 08 octobre 2021, présentiel

1 400 euros HT

Les pré-requis : Cette formation nécessite de connaître les principes clés du marketing et de la communication.

PROGRAMME

La tendance du « consommer mieux » et la notion d' « impact positif » se généralisent dans la société, On assiste à une prise de conscience par les consommateurs des grands enjeux de développement durable, renforcée par la crise de la Covid-19. Par sa capacité à intégrer les tendances de marché, la fonction marketing est aujourd'hui au cœur des mutations de l'entreprise et de la société. Inscription des enjeux RSE dans la stratégie de marque, écoconception de l'offre, communication responsable, transformation des modèles économiques : au-delà de l'opportunisme, comment faire du marketing un vrai levier de transformation sociétale?

LES NOUVEAUX DÉFIS DES MARQUES

- Les nouvelles attentes des consommateurs et de l'ensemble des parties prenantes
- Les grands enjeux du développement durable qui les sous-tendent

DÉFINIR LE NOUVEAU RÔLE DU MARKETING

- La marque responsable : définition et rôle dans l'entreprise et la société
- Quelques repères sur la RSE – les liens entre marketing et RSE

INITIER UNE STRATÉGIE DE MARKETING RESPONSABLE

- Identifier ses enjeux clés et les intégrer dans sa stratégie de marque
- De la raison d'être au brand purpose : inscrire ses engagements dans sa plateforme de marque

OPTIMISER SON MIX MARKETING VERS PLUS DE DURABILITÉ

- Eco-concevoir ses produits et services
- Valoriser sa démarche : clés de la communication responsable, repères sur les labels, bonnes pratiques d'intégration des engagements de la marque dans le parcours client

INNOVER AVEC LES NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES

- Economie circulaire, économie de fonctionnalité, économie collaborative : comment faire évoluer son modèle ?

MOBILISER EN INTERNE AUTOUR DU MARKETING RESPONSABLE : QUELQUES CLÉS DE SUCCÈS