

Réflexion sur l'univers de la communication et de la consommation

PROGRAMME

1 – Petit retour en arrière sur les vingt dernières années : le changement permanent

2 – Une époque en totale mutation : aucune marque n'est à l'abris

3 – les grands changements de 2021 en 45 slides

4 – les trois avancées du web

- La technologie (IoT, robotique, IA)
- La data (partage de données et consentement, les algorithmes prédictifs décident pour nous)
- L'humain : tous internautes / chaque génération est le reflet de sa génération : de Ruby Nikara à Savita / les français veulent des marques responsables / les nouveaux profils

5 - Où s'arrêtera la share economy ? L'économie de partage change la donne dans beaucoup de domaines

6 – L'esprit start-up

7 – Le circuit communicationnel se métamorphose

- Révolution numérique : 70% des métiers proposés en 2030 n'existent pas encore
- Les marques deviennent productrices de contenus
- Zoom sur l'inbound marketing
- L'influence nouvel eldorado des marques ?
- Paid, owned et earned media
- Co-crédation marque / consommateur mode ou tendance ?
- Où en est la e-publicité ?
- Que change la programmation ? (RTB, DSP, et DMP)
- Où en sont les metavers ?
- L'expérience client nouveau territoire de communication ?
- La recommandation client influence-t-elle vraiment l'achat ?

8 – Le commerce et le consommateur se métamorphosent

- Des consommateurs devenus interventionnistes
- Déconsommation ?
- Bio, zéro déchets, vegan
- Les magasins de producteurs, les circuits courts
- Quick commerce, nouveau phénomène ?
- Le mouvement éco-responsable
- Le crépuscule des hypers ?
- Zoom sur l'e-commerce
- Le shopping instantané
- Web to store, click&collect

9 – Médias : les nouvelles technologies sont-elles en train de tuer nos anciennes habitudes ?

- Peut-on encore sauver les chaînes de télévision ?
- Les chaînes deviennent des plateformes de contenus
- L'arrivée de la télé connectée
- Le streaming va-t-il se généraliser ?
- Le mobile, nouvelle star (que va devenir l'ordinateur ?)
- Le livre va-t-il résister longtemps ?
- Les nouveaux territoires de la presse
- Cinéma, quel avenir ?
- Musique : entre streaming et vidéo



2 JOURS

REF : BR27

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

Découvrir les métamorphoses de nos modes de consommation et nos moyens de communiquer

Apprendre le consommateur

Évaluer son offre en adéquation avec ces attentes

PUBLIC

Agences de communication, entreprises souhaitant prendre du recul sur les changements de notre société

PRÉREQUIS

Aucun.

TARIF

INTRA : 4 500€ HT / 5 400€ TTC

SUR-MESURE : programme personnalisable pour répondre à vos besoins spécifiques ou pour un accompagnement individuel.

FORMATS

PRÉSENTIEL

SATISFACTION & RÉSULTATS

D'ACCOMPLISSEMENT

Qualité globale de la formation : .../5

En cours de notation.

Taux de participation : En cours de notation.

NOS SESSIONS

DISTANCIEL : 5-7 OCTOBRE 2021 / 16-18 NOVEMBRE 2021 / 2-4 DÉCEMBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022 / 8-10 FÉVRIER 2022 / 2-4 MARS 2022 / 16-18 MARS 2022

MONTPELLIER : 5-7 OCTOBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022

PARIS : 12-14 OCTOBRE 2021 / 9-11 NOVEMBRE 2021 / 15-17 DÉCEMBRE 2021 / 5-7 JANVIER 2022 / 16-18 FÉVRIER 2022

TOULOUSE : 16-18 NOVEMBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022

MARSEILLE : 16-18 NOVEMBRE 2021

BORDEAUX : 5-7 OCTOBRE 2021 / 16-18 NOVEMBRE 2021

NICE : 16-18 NOVEMBRE 2021

RENNES : 16-18 NOVEMBRE 2021 / 2-4 DÉCEMBRE 2021 / 11-13 JANVIER 2022

En cas d'impossibilité administrative d'organiser l'évènement, les séances programmées en présentiel seront effectuées en distanciel (décision gouvernementale ou préfectorale).

NOS FORMATEURS

Jean-Charles Espy

Jean-Charles Espy a fondé en 2017 Brand Consulting Team, dont il est le gérant. Il a acquis son expérience en travaillant sur plus de 140 marques en audit et conseil stratégique, en élaboration de plate-forme de marque, en stratégie de communication et création de contenus. Depuis près de 20 ans, Jean-Charles Espy est présent au sein de l'université de Toulouse Capitole comme Maître de conférence et directeur des Etudes des masters 2 communication Infocom, mais fut également Directeur des Etudes des masters 1 & 2 communication pour le groupe ISCOM.

MODALITÉS ET MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES D'ENCADREMENT, SANCTIONS DE LA FORMATION

Chaque participant complète en ligne un autodiagnostic de ses connaissances, compétences et attentes. Un audit préalable sera réalisé, les réponses obtenues par le formateur permettront d'adapter son animation en fonction des objectifs et des niveaux de chacun.

Durant la formation, les participants acquièrent du savoir et du savoir-faire via de nombreux cas pratiques en lien avec leurs propres traitements.

Le support pédagogiques et une bibliothèque de documents en ligne accompagnent le participant dans la mise en pratique de cette formation, de retour en entreprise.

La formation sera sanctionnée par un QCM d'évaluation des connaissances et des compétences nouvellement acquises, un émargement et une attestation de formation.

Séquences pédagogiques détaillées page précédente.

CONTACT

Sabrina ELHAIK

Référente pédagogique et administrative

04 83 43 80 43

sabrina.elhaik@360objets.com

MODALITÉS D'ENTRÉE & DÉLAIS D'ACCÈS

Une fois la formation sélectionnée, plusieurs dispositifs sont mis en place pour vous aider dans le financement de votre formation. L'inscription se fait auprès de notre responsable pédagogique.

Durée estimée entre la demande et le début de la prestation :

4 SEMAINES

Des dates supplémentaires peuvent être ajoutées, contactez nous.

BESOINS D'AMÉNAGEMENTS SPÉCIFIQUES

Si vous avez besoin d'aménagements spécifiques pour accéder ou suivre cette formation merci de nous prévenir afin que nous prenions les mesures nécessaires à certains handicaps.

CONDITIONS SANITAIRES

Le port du masque tout au long de la journée est obligatoire.

Les stagiaires veilleront à apporter une quantité suffisante de masques pour une protection efficace pendant toute la durée de la formation.

Nous rappelons que le masque se porte au maximum pendant 4 heures consécutives.

Le respect des gestes barrière sera strictement contrôlé par nos formateurs.

