



BY ABILWAYS

15 rue de Turbigo, 75002 Paris
Tél. : 01 40 26 00 99

contact@pyramyd-formation.com
www.pyramyd-formation.com

SAS au capital de 110 000 €
RCS Paris n° 351 996 509
NAF : 8559A
TVA Intracom : FR 09 351 996 509
SIRET : 351 996 509 00029

Organisme de formation
n°11 75 15095 75

Le marketing à l'usage des créatifs

Comprendre les termes et les techniques du marketing et se les approprier

2 jours / 14 heures

Tarif inter **1350 € HT**

CODE: AS066

Tarif intra à partir de **1490 € HT** par jour (voir page 14)

OBJECTIFS

- Comprendre les principes du marketing
- Choisir sa cible
- Développer une stratégie mixte : élaborer un plan marketing en 4 parties
- Bien manier les nouvelles technologies
- Maîtriser les secrets de l'inbound marketing
- Faire de la démarche marketing un acte créatif

PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs artistiques, graphistes, UX designers...

PRÉ-REQUIS

Aucun.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Module
Présentiel

La formation alterne présentations et exercices pratiques avec la volonté permanente de s'ouvrir à de nouvelles techniques de réflexion créative.

► Quiz Amont / Quiz Aval (voir page 8)

MOYENS TECHNIQUES / SUIVI

Informations générales: voir page 195

PROFIL DE L'INTERVENANT

Directeur artistique / Consultant en communication ayant plus de 10 ans d'expérience en enseignement.

PROGRAMME

Comprendre les principes du marketing...

- ... pour poser un regard neuf sur cette discipline
- Faire évoluer sa compréhension des enjeux commerciaux
- Professionnaliser ses arguments et sa stratégie
- Explorer la relation entre "branding" et marketing
- *Jeu pédagogique : décrypter le jargon du marketing*

Choisir sa cible...

- ... pour développer une offre qui attire les consommateurs les plus concernés
- Comprendre la théorie de la segmentation des marchés
- Analyser ce qui motive les consommateurs
- Anticiper leurs différents comportements
- *Exercice : adapter la Pyramide de Maslow au monde d'aujourd'hui*

Développer une stratégie mixte : élaborer un plan marketing en 4 parties

- Produit : gérer les caractéristiques de l'offre
- Prix : attribuer une valeur aux différentes expériences proposées
- Place : maîtriser les canaux de distribution et d'interaction
- Promotion : communiquer par réseaux, y compris les médias sociaux
- *Quiz : mettre un prix sur différents produits de luxe*

Bien manier les nouvelles technologies...

- ... pour proposer aux consommateurs une véritable interaction
- Produire du contenu qui motive
- Optimiser les recherches en ligne
- Mettre à profit l'infographie
- Proposer des contenus ludiques
- *Discussion : les contenus sont-ils de fausses informations ?*

Maîtriser les secrets de l'inbound marketing...

- ... pour métamorphoser les internautes distraits en apôtres convertis
- Transformer les visiteurs en ambassadeurs
- Redéfinir la relation des consommateurs à la marque et à l'offre
- *Recherche visuelle : les bons et mauvais exemples des "call to action"*

Faire de la démarche marketing un acte créatif...

- ... pour que la connaissance des marchés devienne un moteur de créativité
- S'inspirer des campagnes marketing des organisations à but non lucratif
- Éviter les pièges de l'insincérité
- Augmenter sa crédibilité
- *Étude de cas : les codes graphiques anti-marketing*

PLANNING PARIS

>	>
>	>
>	>
>	>
>	>
9 au 10 mai 2019	14 au 15 novembre 2019
>	>

www.pyramyd-formation.com

01 40 26 00 99/contact@pyramyd.fr