

LE MARKETING À L'USAGE DES CRÉATIFS

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

2 jours - 14 heures

Prix HT: **1 350 €**

Réf.: AS066

Paris

14 au 15 novembre 2019
27 au 28 mai 2020
12 au 13 novembre 2020

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...

PRÉREQUIS

Aucun.

COMPÉTENCES ACQUISES

Intégrer les spécificités du marketing dans sa réflexion créative.

MOYENS TECHNIQUES

- 1 poste informatique (MAC ou PC) / apprenant
- Poste de l'intervenant relié à un vidéoprojecteur

PROFIL DE L'INTERVENANT

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

PROGRAMME

Comprendre les principes du marketing

- Professionnaliser ses arguments et sa stratégie
- Explorer la relation entre "branding" et marketing
- ...

→ **Exercice (ludique) : décrypter le jargon du marketing**

Choisir sa cible

- 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

→ **Quiz : mettre un prix sur différents produits de luxe**

Bien manier les nouvelles technologies

- 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

- 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

- 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**

→ **Programme complet sur notre site**

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

