

# Les nouvelles tendances du marketing

S'approprier les nouvelles tendances du marketing pour identifier des opportunités



À l'issue de cette formation, vous serez en mesure d'apprécier les dernières évolutions du marketing digital pour développer une approche prospective et différenciante.

## PROGRAMME

### Passer du marketing « product centric » au « customer centric »

- Placer les parcours et l'expérience client au cœur des nouvelles stratégies marketing.
- Développer des offres innovantes en s'appuyant sur la connaissance client.

### Activer une stratégie marketing digitale pertinente

- Le référencement sur les moteurs de recherche, SEM et SEO.
- Le Brand Content et Social Media.

### Utiliser les médias sociaux, le social marketing

- Les différents types de réseaux sociaux.
- La gestion de l'e-réputation.

### Créer un contenu de marque, le content marketing

- Inbound marketing et marketing d'influence.
- Le priced, owned and earned media.

### Intégrer le marketing multi-écran et le client connecté

- Les moments de vérité et le parcours client omnicanal.
- Intégrer le marketing mobile dans sa stratégie omnicanale.

### Comprendre les nouveaux business models

- Les business models des pure players.
- La stratégie prix « bas de la pyramide » et l'affordability.

### La future Dream Team E-Marketing

- Les compétences marketing de demain.
- Les nouvelles organisations : Smartmarketing, sales/marketing enablers...

**Option :** classe virtuelle retour sur expérience 3 mois après la formation : 139 €

## MODULES DISTANCIELS

- **E-quiz** en amont/aval de la formation
- Comment utiliser efficacement les réseaux sociaux pour sa marque ?
- Pourquoi utiliser le growth hacking comme levier de croissance ?

**Retrouvez le programme complet de cette formation sur [ism.fr](http://ism.fr)**

## PERFECTIONNEMENT

Code : NEWMK

🕒 3 jours - 21 heures

💰 Prix HT : 1990 € (repas inclus)

## OBJECTIFS

- Comprendre les nouvelles tendances du marketing pour identifier de nouvelles opportunités.
- Adopter une démarche marketing orientée client.
- Repenser son business model et sa stratégie de prix.

## PRÉREQUIS

Avoir une connaissance du marketing.

## PUBLIC CONCERNÉ

Directeurs ou responsables marketing, chefs de groupes, chefs de produits/marché, directeurs ou responsables commerciaux.

## PLANNING

### Paris

30 janvier au 1er février 2019

3 au 5 avril 2019\*

27 au 29 mai 2019

26 au 28 juin 2019\*

18 au 20 septembre 2019

16 au 18 octobre 2019\*

13 au 15 novembre 2019

18 au 20 décembre 2019\*

29 au 31 janvier 2020

\* : sessions également à Lyon, Bordeaux, Lille et Nantes.