

BÂTIR SA STRATÉGIE EN INTÉGRANT LA RÉVOLUTION DES USAGES ET À PARTIR DES UTILISATEURS (UX)

Module 4 du Certificat « Digital Marketing et Communication »
Capitalisable dans l'Executive Master en Management (visé Bac+5, RNCP I)

| DURÉE | DATES* | LIEU DE FORMATION |
|------------------|--|---|
| 2,5 jours | 3 avril (0,5j) 2020 > 16-17 avril 2020 | 4 boulevard Trudaine, 63000 Clermont-Ferrand |

Intervenants

Guillaume VALENTi
Directeur de clientèle

Nicolas ROBILLON
UX designer

Objectifs

Intégrer le consommateur au cœur de son éco système digital
Comprendre qu'il n'existe non pas une mais des expériences clients
Comprendre la révolution des usages, les enjeux du multi-devices et de la mobilité
Déceler les opportunités offertes par les objets connectés

Publics concernés

Tout profil marketing, communication débutant et/ou avancé.
Toute personne amenée à piloter et à améliorer les performances digitales de ses campagnes

Formations complémentaires associées

Les autres modules du certificat Marketing Digital

Programme détaillé

SÉQUENCE 1 : L'ÈRE DE LA CONTEXTUALISATION

Le digital une affaire de marketing & de communication ?
Un changement de prisme
L'avènement de la contextualisation

SÉQUENCE 2 : L'ENJEU DU MOBILE

Les nouveaux devices
Du mobile Friendly au mobile first
Développer une stratégie mobile
Communiquer sur mobile

SÉQUENCE 3 : L'ENJEU DES OBJETS CONNECTÉS

Objets connectés / IOT ?
Le digital et les objets connectés In Store
La voiture, nouvel enjeu de communication

SÉQUENCE 4 : PENSER ET OPTIMISER SON EXPÉRIENCE UTILISATEUR

Comprendre l'expérience utilisateur
Un support pour soi ou pour ses clients
Les enjeux UX
Piloter l'efficacité de son expérience utilisateurs

*Activités pédagogiques associées :
apports, échanges, applications, quizz interactifs*