



Uzful Learnings vous est fièrement proposé par Uzful, une agence conseil spécialisée dans les problématiques digitales et social media.

Et c'est parce que nous travaillons au quotidien et au plus proche des directions marketing et communication que nous avons développé cette offre de formation.

Pourquoi utile ?

Parce qu'une formation utile, c'est celle dont on repart armé pour la suite. Pour comprendre le digital, il faut mettre les mains dedans ; nous sommes convaincus qu'une formation efficace allie théorie et pratique. Rendre "vivantes" des logiques à travers leurs illustrations concrètes permet de mieux les comprendre et surtout mieux les intégrer.

C'est pourquoi notre approche est la suivante : savoir & faire.

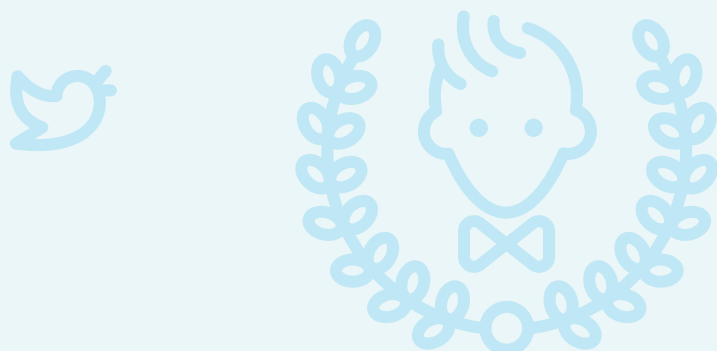
Savoir

Un socle théorique et analytique tout droit issu de notre planning stratégique. Des cas concrets et récents avec une analyse poussée pour comprendre les secrets de leur efficacité.

Faire

Seul ou en groupe, des exercices pratiques rythment chacun de nos formats. Vous repartez avec des méthodes maison testées et approuvées par les équipes et clients de Uzful.

**NOTRE CREDO : VOUS ÊTRE UTILE
DANS VOTRE MÉTIER, ET PAR CONSÉQUENT
À VOTRE MARQUE OU ENTREPRISE !**



Pour qui ?

Professionnels du marketing et de la communication, Uzful Learnings est fait pour vous, que vous soyez opérationnels ou décideurs. Formats variés, contenus calibrés, notre volonté : répondre au mieux à vos attentes. Tout le monde n'a pas les mêmes besoins et nous le savons !

Les bénéfices pour vous

Vous rendre (encore) plus utile dans votre métier:

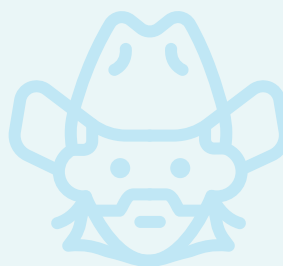
- Intégrer des outils et méthodes testés et approuvés
- Augmenter les performances et l'utilité de vos projets
- Mieux travailler avec vos collaborateurs et prestataires « du digital »

Les bénéfices pour votre marque et votre entreprise

La rendre (encore) plus efficace :

- Une marque intégrée dans les usages de ses consommateurs
- Une marque qui vit avec son temps
- Une entreprise qui fait du digital une force

**IL Y A FORCÉMENT UNE FORMATION
FAITE POUR VOUS : ALORS DÉCOUVREZ-LES
AU FIL DE CE CATALOGUE !**





FACEBOOK

EXPLOITEZ TOUT SON POTENTIEL

LIEU

Bagnolet (93)

DURÉE

1 journée

THÉORIE

75 %

PRATIQUE

25 %



PARTICIPANTS

4 à 10

inter-entreprises

TARIF

950 €

OPTION

Existe aussi en format coaching individuel (1/2 journée) pour les indépendants ou les petites structures ou en session de perfectionnement pour les community managers.

Si Facebook est l'une des plate-formes sociales les plus prisées par les marques aujourd'hui, il ne suffit pas pour l'investir de créer une page et publier des informations.

Un cadrage et des objectifs clairs, la définition d'une ligne éditoriale, la stratégie conversationnelle, la compréhension des techniques de ciblage, le social CRM... Autant de paramètres à faire entrer en jeu qui mèneront au succès de votre présence sur Facebook.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les spécificités de cette plate-forme
- Maîtriser les grandes techniques de community management
- Dépasser la simple animation d'une page, grâce à toutes ses fonctionnalités

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Responsables dans des fonctions marketing, communication, relations presse/publiques, digital

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes n'ayant pas forcément de connaissances pointues en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication ou du marketing.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

LES BASES

- Etat des lieux de Facebook : objectifs et chiffres clés
- La place de Facebook dans le web social

FACEBOOK ET LES MARQUES

- Les différents usages possibles de Facebook
- Best practices : exemples de marques qui ont réussi
- Définir ses objectifs sur Facebook

ANIMER SA COMMUNAUTÉ

- La base : connaître sa communauté pour lui offrir le contenu adapté
- Définir une ligne éditoriale
- Les différents formats possibles : statuts, vidéos, visuels... et les autres
- Un peu de technique : KPI, Reach, Edge Rank... késako ?
- Créer du contenu à valeur ajoutée
- Une animation réussie : écouter sa communauté, lui rendre service et interagir
- Le point sur les formats payants
- Facebook, un outil puissant de CRM
- *Atelier pratique*

ET DEMAIN ? LES TENDANCES SUR FACEBOOK

- Panorama des nouveautés et innovations dans les fonctionnalités et dans les usages

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Twitter, échangez avec tous vos publics
- Instagram, soignez votre image
- Fédérez vos communautés, le community management efficace
- Social ads, tirez le meilleur du paid media



TWITTER

ECHANGEZ AVEC TOUS VOS PUBLICS

LIEU

Bagnolet (93)

DURÉE

1 journée

THÉORIE

75 %

PRATIQUE

25 %



PARTICIPANTS

4 à 10

inter-entreprises

TARIF

950 €

OPTION

Existe aussi en format coaching individuel (1/2 journée) pour les indépendants ou les petites structures ou en session de perfectionnement pour les community managers.

Média du temps réel par excellence, Twitter offre de multiples possibilités et opportunités : communication de marque en temps réel, veille d'e-réputation, création d'une audience, interactions avec sa communauté...

Quels que soient ses objectifs, il est important de comprendre les enjeux et spécificités liés à chaque type de compte pour animer et créer des conversations autour de ses territoires d'expression.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les spécificités de ce réseau
- Maîtriser les grandes techniques de community management
- Savoir mettre en place des systèmes de veille efficaces sur vos sujets
- Comprendre les mécanismes d'influence sur ce réseau

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Responsables dans des fonctions marketing, communication, relations presse/publiques, digital

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes n'ayant pas forcément de connaissances pointues en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication ou du marketing.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

LES BASES

- Etat des lieux de Twitter : objectifs et chiffres clés
- Le b.a.-ba : initiation au réseau et à ses spécificités

LES USAGES POSSIBLES SUR TWITTER

- Personnel : que dire et que faire ?
- Pro : un bel espace de dialogue pour les marques
- Pro : un outil pour interagir efficacement avec les personnes publiques
- Comment mixer l'usage professionnel et personnel ?

PRENDRE LA PAROLE ET VEILLER

- Mettre en place une ligne éditoriale
- Best practices des marques et personnalités publiques
- Hashtag et trending topics : les aides natifs à la veille
- Les outils de veille : gratuits et payants
- *Atelier pratique*

CONSTRUIRE SA COMMUNAUTE

- Politique de follow : suis-moi je te suis ? Qui suivre ?
- Créer des interactions
- *Atelier pratique*

LES CONTENUS PAYANTS

- Les différents formats publicitaires proposés
- Le ciblage : un outil puissant au service des objectifs
- *Atelier pratique*

ET DEMAIN ? LES TENDANCES SUR TWITTER

- Panorama des nouveautés et innovations dans les fonctionnalités et dans les usages

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Facebook, exploitez tout son potentiel
- Instagram, soignez votre image
- Fédérez vos communautés, le community management efficace
- Social ads, tirez le meilleur du paid media



INSTAGRAM

SOIGNEZ VOTRE IMAGE

LIEU

Bagnolet (93)

DURÉE

1 journée

THÉORIE

75 %

PRATIQUE

25 %



PARTICIPANTS

4 à 10

inter-entreprises

TARIF

950 €

OPTION

Existe aussi en format coaching individuel (1/2 journée) pour les indépendants ou les petites structures ou en session de perfectionnement pour les community managers.

Images et formats courts vidéo sont aujourd'hui des contenus appréciés et partagés par les internautes. Fort de son succès, Instagram s'impose comme un poids lourd parmi les "nouveaux" réseaux sociaux. Pays du selfie et des filtres photos, il offre aux marques la possibilité de partager leur univers avec les consommateurs.

Mais publier des images n'est pas suffisant. Pour mobiliser voire impliquer les internautes, il est nécessaire de penser une ligne éditoriale forte, créer des contenus qualitatifs et maîtriser les codes propres à ce réseau.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les spécificités de ce réseau
- Savoir imaginer ou challenger une ligne éditoriale et les contenus adaptés
- Maîtriser les grandes techniques de community management
- Comprendre les mécanismes d'influence sur ce réseau

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Responsables dans des fonctions marketing, communication, relations presse/publiques, digital, CRM

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes n'ayant pas forcément de connaissances pointues en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication ou du marketing.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

LES BASES

- État des lieux d'Instagram : objectifs et chiffres clés
- Le b.a.-ba : initiation au réseau et à ses spécificités
- Les contenus phare de la plate-forme
- Les codes conversationnels

LES USAGES POSSIBLES SUR INSTAGRAM

- Les marques : quels contenus pour quels objectifs ?
- L'approche corporate : Instagram, un atout à ne pas négliger
- Instagram est-il un réseau fait pour vous ?

IMAGINER UNE LIGNE EDITORIALE

- Facteurs clés de succès pour bâtir une ligne éditoriale efficace
- Focus sur les univers visuels
- Création de contenus, curation de contenus UGC : quel est le bon mix ?
- *Atelier pratique*

LES INSTAGRAMMEURS STARS DU RÉSEAU

- Comment identifier les profils influents
- Les différents modes de collaboration avec eux
- *Atelier pratique*

SE CONSTRUIRE UNE COMMUNAUTÉ

- Lancer et faire grandir sa communauté
- Créer des interactions
- La relation client sur Instagram : comment la gérer ?
- Quels KPIs mettre en place ?
- Les outils à utiliser (publication, animation, veille)
- *Atelier pratique*

ET DEMAIN ? LES TENDANCES SUR INSTAGRAM

- Panorama des nouveautés et innovations dans les fonctionnalités et dans les usages

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Facebook, exploitez tout son potentiel
- Twitter, échangez avec tous vos publics
- Fédérez vos communautés, le community management efficace
- Social ads, tirez le meilleur du paid media

*UZFUL SARL, enregistrée
sous le numéro
11 75 52458 75 auprès
du préfet de région
d'Ile-de-France.*

**LIEU****Montreuil (93)****DURÉE****2 jours****THÉORIE****50 %****PRATIQUE****50 %****PARTICIPANTS****4 à 10***inter-entreprises***TARIF****1790 €****OPTION**

Existe aussi pour les indépendants et les petites structures, ou en session de perfectionnement pour les community managers.

FÉDÉREZ VOS COMMUNAUTÉS

LE COMMUNITY MANAGEMENT EFFICACE

Être à la tête d'une communauté en ligne ne se fait pas du jour au lendemain, même à l'heure du web social où tout va si vite.

Pour gérer intelligemment sa communauté, il faut bien sûr d'abord savoir la recruter, et pour la conserver il faut lui apporter le bon contenu au bon moment, sur la bonne plateforme et de la bonne manière.

Enfin, créer une relation avec ses fans, followers, abonnés... doit passer par l'interaction : savoir écouter pour pouvoir être écouté, imaginer et proposer des sujets et des contenus qui vont intéresser vos abonnés.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Maîtriser les différentes plateformes de community management
- Créer, développer et animer une communauté en ligne
- Savoir reconnaître, créer et diffuser du contenu à valeur ajoutée

A QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Responsables dans des fonctions marketing, communication, relations presse/publiques, digital

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes n'ayant pas forcément de connaissances pointues en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication ou du marketing.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

JOUR 1

INTRODUCTION

- Le community management, c'est quoi en réalité ?
- Les grands espaces sociaux : où sont les communautés ?
- Pourquoi les marques doivent gérer leurs communautés en ligne
- Le Community Manager : qui est-il et pourquoi son rôle est primordial dans votre communication

CRÉER DES CONTENUS A VALEUR AJOUTÉE

- Pourquoi le contenu est roi
- Exemples de contenus à valeur ajoutée, des possibilités multiples
- Pour proposer le bon contenu, posez-vous les bonnes questions !
- Mettre en place une stratégie de contenus : une étape à ne pas négliger
- Adaptez votre contenu à vos comptes sociaux
- Adoptez l'attitude test & learn : comment mesurer le succès de votre contenu ?
- *Atelier pratique*

DIFFUSER SES CONTENUS

- Qu'est-ce que la viralité et comment la générer ?
- S'adapter aux usages pour délivrer le bon contenu au bon moment
- Optimiser sa couverture grâce à des techniques simples
- *Atelier pratique*



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

JOUR 2

INTRODUCTION : RAPPEL DES POINTS APPRIS LA VEILLE

CONSTRUIRE SA COMMUNAUTÉ

- Identifier les personnes influentes dans son secteur et les transformer en ambassadeurs pour sa marque
- Développer sa communauté à court terme : achats média et autres méthodes
- Développer sa communauté sur le long terme : viralité et qualité des contenus
- Développer les interactions en adoptant la social attitude
- Les bonnes pratiques d'interactions : éviter le #old ou autre #fail
- *Atelier pratique*

MAÎTRISER LES OUTILS

- Gestion multi-comptes, veille, amélioration de votre reach... C'est possible grâce à des outils !
- Tour d'horizon des outils utiles pour la gestion de sa communauté
- *Atelier pratique*

DYNAMISER SES COMMUNAUTÉS

- Maîtriser son engagement : voir à long terme et s'organiser
- Investir au mieux les plates-formes communautaires, crowdsourcing, co-création ...
- Best practices : ces marques qui ont réussi
- *Atelier pratique*

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Facebook, exploitez tout son potentiel
- Twitter, échangez avec tous vos publics
- Instagram, soignez votre image
- Social ads, tirez le meilleur du paid media

**LIEU****Bagnolet (93)****DURÉE****1 journée****THÉORIE****75 %****PRATIQUE****25 %****PARTICIPANTS****4 à 10***inter-entreprises***TARIF****950 €****OPTION**

Existe aussi en format coaching individuel (1/2 journée) pour les indépendants ou les petites structures ou en session de perfectionnement pour les community managers.

VEILLEZ SUR VOS DEUX OREILLES

UNE E-RÉPUTATION MAÎTRISÉE

À l'heure où les crises peuvent naître sur le web, où les consommateurs deviennent tout puissants, n'hésitent plus à prendre la parole pour manifester leur mécontentement ou à consulter des avis en ligne, il devient indispensable de comprendre et de maîtriser son e-réputation.

Baromètre d'e-réputation, audit des conversations et monitoring quotidien, autant d'outils qu'il faut pouvoir mettre en place sur l'ensemble du web social : de la presse en ligne aux réseaux sociaux.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les enjeux de l'e-réputation vis à vis de vos différents publics
- Maîtriser des méthodes simples et complètes d'évaluation de votre e-réputation
- Savoir mettre en place une veille efficace sur le web social au quotidien
- Détecter et identifier les crises potentielles

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, top management
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, relations presse/ publiques, service clients, intelligence et veille, community managers

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes n'ayant pas forcément de connaissances pointues en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication ou du marketing.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

INTRODUCTION : QU'EST CE QUE L'E-REPUTATION

- Définition et exemples
- Une bonne e-réputation qu'est-ce que cela implique et à quoi cela sert-il ?
- Le web social, accélérateur et amplificateur de réputation
- La Trust economy ou comment les internautes peuvent faire et défaire le succès d'une marque
- Les différents publics de l'entreprise : clients, prospects, actionnaires, collaborateurs, influenceurs : en quoi leur perception de l'e-réputation d'une marque les influence-t-elle ?

MESURER SON E-RÉPUTATION LA PLUS VISIBLE

- 5 critères de qualification pour comprendre rapidement son e-réputation
- Les outils gratuits et simples pour l'appliquer
- *Atelier pratique*

AUDIT APPROFONDI : UNE PHOTOGRAPHIE DÉTAILLÉE

- Analyse qualitative et quantitative des thématiques de prises de parole
- Cartographie des lieux d'influences : quels sujets sur quels réseaux sociaux
- Identification des influenceurs déjà actifs : supporters, opposants, les autres
- Panorama des solutions payantes

VEILLER EFFICACEMENT AU QUOTIDIEN

- Suivre son e-réputation au quotidien, en quoi est-ce pertinent ?
- Les principaux outils gratuits
- Les solutions payantes : leurs avantages
- Quels indicateurs suivre ?
- Monitorer de manière proactive les sources influentes pour prévenir les crises éventuelles
- *Atelier pratique*

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Fédérez vos communautés, le community management efficace
- N'ayez plus peur des e-influenceurs, les RP à l'heure du digital

**LIEU****Bagnolet (93)****DURÉE****1 journée****THÉORIE****75 %****PRATIQUE****25 %****PARTICIPANTS****4 à 10***inter-entreprises***TARIF****950 €****OPTION**

Existe aussi en format coaching individuel (1/2 journée) pour les indépendants ou les petites structures ou en session de perfectionnement pour les community managers.

N'AYEZ PLUS PEUR DES E-INFLUENCEURS

LES RP À L'HEURE DU DIGITAL

Journalistes connectés en permanence à Twitter, blogs qui peuvent avoir un pouvoir de prescription important et qui fédèrent des communautés, youtubeurs suivis par des milliers d'internautes, le visage de l'influence a beaucoup évolué avec l'arrivée des médias et des réseaux sociaux.

Il devient maintenant critique de pouvoir identifier les nouveaux relais d'influence et comprendre leurs nouvelles manières de travailler pour s'interfacer efficacement avec eux.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les nouvelles formes d'influences et les nouveaux influenceurs
- Maîtriser de nouveaux outils et moyens de travail avec eux
- Identifier les e-influenceurs pertinents sur vos sujets

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, top management
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, relations presse/publiques, digital

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes n'ayant pas forcément de connaissances pointues en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication, du marketing ou des relations publiques.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

L'INFLUENCE 2.0 : COMMENT ÇA MARCHE ?

- Définition et illustrations des différentes formes d'influence
- Exemples représentatifs

LA DIGITALISATION DES RELATIONS PRESSE

- Les évolutions dans la manière de sourcer et traiter l'information
- Les nouveaux formats web de l'information
- L'activité sociale des journalistes
- Les nouvelles manières 2.0 de communiquer
- *Atelier pratique*

LES E-INFLUENCEURS : NOUVEAUX LEADERS ET RELAIS D'OPINION

- Qui sont-ils ? Quelles sont leurs spécificités par rapport aux journalistes « classiques » ?
- Les bons outils pour les identifier sur le web social
- 5 critères pour qualifier et comprendre leur influence
- *Atelier pratique*

TRAVAILLER EFFICACEMENT AVEC LES E-INFLUENCEURS

- Quels contenus et quels formats sont les plus adaptés en fonction des problématiques ?
- Earned et Paid media
- Gérer la relation : comment entrer en contact de manière durable avec eux ?
- Les do et les don't
- Savoir analyser les retombées et leur rayonnement sur le web social
- *Atelier pratique*

LES FORMATIONS COMPLEMENTAIRES

- Fédérez vos communautés, le community management efficace
- Veillez sur vos deux oreilles, une e-réputation maîtrisée



PENSEZ DIGITAL FIRST

LE DIGITAL AU CENTRE DE VOTRE STRATÉGIE

LIEU

Bagnolet (93)

DURÉE

1 journée

THÉORIE

75 %

PRATIQUE

25 %



PARTICIPANTS

4 à 10

inter-entreprises

TARIF

950 €

Avec l'arrivée de nouveaux moyens et modes de communication, les consommateurs sont de plus en plus exposés aux messages des entreprises et des marques, quel que soit le canal. Le web, « classique » et social, est devenu à la fois un vecteur et une source d'informations de plus en plus importants.

Il devient donc essentiel de pouvoir intégrer le digital en amont dans ses réflexions stratégiques et tactiques et d'abandonner les silos existants dans l'entreprise pour imaginer des dispositifs ou initiatives complètement intégrés dès leur conception.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Connaître les bases du fonctionnement des nouveaux moyens de communication digitaux et sociaux
- Comprendre les enjeux liés à la digitalisation de l'entreprise
- Maîtriser une méthode simple et rapide d'évaluation du potentiel de digitalisation et de socialisation des dispositifs existants ou à venir

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, top management, DSI
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, digital

NB : Cette formation peut être déclinée sur-mesure, sur des domaines précis de l'entreprise : R&D, RH, service clients ...

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes connaissant les techniques marketing et/ou communication et ayant une culture même minimale du digital et du web social, par exemple à usage personnel.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

INTERNET, LE WEB, LE DIGITAL : UN PEU DE CULTURE

- Évolutions techniques et sociétales qui ont débouché sur une « nouvelle ère »
- Les mots clés : définitions et exemples des termes à maîtriser
- Les fondamentaux des réseaux sociaux

LES CONSOMMATEURS ONT CHANGÉ

- Les consommateurs, comment prennent-ils le pouvoir ?
- Recommandations des tiers, parcours client digitalisé, ce qui a évolué pour eux

BEST PRACTICES

- Marques ou entreprises qui ont réussi leur digitalisation : pourquoi et pour quels bénéfices pour leurs différents publics ?

DIGITALISATION DE L'ENTREPRISE

- Pourquoi digitaliser une entreprise : les raisons d'un passage obligé
- La digitalisation d'une entreprise : 3 stades de maturation différents
- La pyramide de la digitalisation : comment faire de cette évolution une réussite
- *Atelier pratique*

ET AU NIVEAU MARKETING, COMMENT FAIRE ?

- Attention aux tentations faciles : savoir éviter les pièges de la digitalisation inutile
- Le contrat marque-consommateur à l'ère digitale ; comment a-t-il évolué : rappel théorique et illustration par des cas pratiques
- Des contenus existants aux initiatives futures : quels réflexes adopter pour une digitalisation et une socialisation réussies
- *Atelier pratique*

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Mettez les technos au service du marketing, Creative Tech Day
- Développez un dispositif de brand utility, le marketing comme un service
- Passez au marketing de l'expérience client, mettre l'utilisateur au centre

**LIEU****Bagnolet (93)****DURÉE****1 journée****THÉORIE****50 %****PRATIQUE****50 %****PARTICIPANTS****4 à 10***inter-entreprises***TARIF****950 €**

METTEZ LES TECHNOS AU SERVICE DU MARKETING

CREATIVE TECH DAY

Les nouvelles technologies ouvrent de remarquables perspectives créatives, pour imaginer les services de demain mais aussi pour réinventer le marketing et la communication. On parle alors d'approche Creative Techno (par exemple : impression 3D, installations interactives, gamification ou encore APIs) . Une approche qui ouvre des voies insoupçonnées.

Pour quels résultats ? Émerger parmi les 3 000 messages publicitaires reçus quotidiennement par vos consommateurs et créer des expériences réellement engageantes.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Mieux cerner les opportunités créatives offertes par les nouvelles technologies
- Explorer quelques best practices Creative Techno de son secteur
- Comprendre l'approche Creative Techno et apprendre comment l'intégrer dans sa réflexion stratégique

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Top management
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, digital, relation client ou de l'expérience client, événementiel, relations publiques, trade marketing

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des professionnels aguerris du marketing ou de la communication.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

THÉORIE : À LA DÉCOUVERTE DE LA CREATIVE TECHNO

- Creative Techno, kesako ?
- Exemples d'applications artistiques
- Exemples d'applications par les marques
- Les 8 règles de mise en oeuvre

VISITE GUIDÉE D'UN MAKER SPACE

- ICI Montreuil, avec un focus sur son Fablab, pour découvrir l'étendue des possibles

ATELIER 1 : CONCEVOIR ET FABRIQUER UN OBJET CONNECTÉ

- Prise de brief et réflexion commune
- Initiation aux grands principes de la programmation
- Initiation à la démarche prototypage

ATELIER 2 : ATELIER CREATIF

Format petits groupes

- Choix d'une problématique de travail
- Application de méthode Creative Techno
- Évaluation des propositions par les intervenants

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Pensez digital first, le digital au centre de votre stratégie
- Développez un dispositif de brand utility, le marketing comme un service
- Passez au marketing de l'expérience client, mettre l'utilisateur au centre

**LIEU****Bagnolet (93)****DURÉE****1 journée****THÉORIE****75 %****PRATIQUE****25 %****PARTICIPANTS****4 à 10***inter-entreprises***TARIF****950 €**

DÉVELOPPEZ UN DISPOSITIF DE BRAND UTILITY

LE MARKETING COMME UN SERVICE

Avec le temps, les consommateurs sont devenus plus attentifs à ce que les marques proposent, au-delà de leurs produits. C'est une opportunité formidable pour les marques de prouver leur valeur, leur utilité, avec l'assurance d'être récompensées (plus de données, d'engagement, de fidélité).

La démarche de brand utility va dans ce sens, en invitant les marques à rendre service (au consommateur, à la société) à travers des services ou contenus à forte valeur ajoutée.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre la démarche brand utility et apprendre comment l'appliquer à sa marque ou ses produits
- Explorer quelques best practices de la brand utility
- Maîtriser des outils de travail efficaces et adaptables

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, top management
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, digital, relation client ou expérience client.

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des professionnels ayant une expérience d'au moins 3 ans dans un poste marketing à responsabilités, dont une partie sur des problématiques de marketing relationnel.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

À LA DÉCOUVERTE DE LA BRAND UTILITY

- Définition
- Historique et contextualisation
- Cadrage de la notion de Brand Utility
- Le service comme nouveau levier de relation client
- Ses bénéfices pour la marque et les utilisateurs
- Le service pour alimenter les conversations
- Best practices : ils ont développé un dispositif pertinent et à succès
- *Atelier pratique*

COMMENT CRÉER

- 1 Maîtriser les grandes étapes :
 - Identifier le bon insight
 - Benchmark, sourcer l'existant (cf. la culture servicielle)
 - Développer / crash tester son concept
 - Mobiliser le savoir-faire et les connaissances à disposition
 - S'entourer des bons partenaires
- 2 Se donner les moyens ET les ambitions
 - Savoir se lancer
 - Mesurer les résultats
 - Gérer les évolutions
- 3 Les règles de l'approche servicielle : culture, organisation, méthodes

CAS PRATIQUE

LES FORMATIONS COMPLEMENTAIRES

- Pensez digital first, le digital au centre de votre stratégie
- Mettez les technos au service du marketing, Creative Tech Day
- Passez au marketing de l'expérience client, mettre l'utilisateur au centre

**LIEU****Bagnolet (93)****DURÉE****1 journée****THÉORIE****75 %****PRATIQUE****25 %****PARTICIPANTS****4 à 10***inter-entreprises***TARIF****950 €**

PASSEZ AU MARKETING DE L'EXPÉRIENCE CLIENT

METTRE L'UTILISATEUR AU CENTRE

Le consommateur n'appréhende plus l'acte d'achat de la même manière. Grâce aux outils de communication et d'information modernes qu'il a à disposition, il sait décrypter les offres qui lui sont faites pour ne retenir que les plus évidentes à ses yeux. Irrémédiablement, cela remet en cause l'efficacité des techniques marketing dites traditionnelles ou de masse.

Le marketing de l'expérience client vise justement à remettre le consommateur au cœur des stratégies pour mieux le séduire et le fidéliser. Cela passe notamment par une écoute active, l'instauration d'un dialogue riche et la capacité à le satisfaire comme le surprendre avant, pendant et après l'acte d'achat.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Maîtriser les grands principes du marketing de l'expérience
- Mieux appréhender la typologie du consommateur d'aujourd'hui
- Acquérir une méthode de travail efficace et adaptable si besoin

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, top management
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, trade marketing, relation client ou expérience client

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des professionnels maîtrisant le mix marketing de leur marque, au moins dans les grandes lignes.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

VERS UN MARKETING USER CENTRIC

- Portrait du “nouveau consommateur”
- Comprendre les nouveaux défis du marketing
- Marketing client versus marketing produit
- Expérience client : de quoi parle-t-on ?

DES CAS INSPIRANTS

- Les géants de l'expérience client
- Analyse de cas
- Les petites entreprises s'y mettent aussi
- Analyse de cas
- *Atelier pratique*

CAS PRATIQUES

- Brainstorming : étude de cas d'une marque existante
- Brainstorming en petits groupes : étude de cas fictif

LES FORMATIONS COMPLEMENTAIRES

- Pensez digital first, le digital au centre de votre stratégie
- Mettez les technos au service du marketing, Creative Tech Day
- Développez un dispositif de brand utility, le marketing comme un service



SOCIAL ADS

TIREZ LE MEILLEUR DU PAID MEDIA

LIEU

Bagnolet (93)

DURÉE

1 journée

THÉORIE

75 %

PRATIQUE

25 %



PARTICIPANTS

4 à 10

inter-entreprises

TARIF

950 €

OPTION

Existe aussi en format coaching individuel (1/2 journée) pour les indépendants ou les petites structures ou en session de perfectionnement pour les community managers.

L'ouverture des réseaux sociaux aux formats payant a permis l'émergence d'une publicité online plus efficace et moins chère. Les possibilités de ciblage sont plus larges et les paramètres plus précis que le display traditionnel. Mais pour en tirer avantage, il est important de bien comprendre le fonctionnement de ces nouveaux formats. Quel contenu touchera sa cible sur le web social ? Quel format ? Pour passer de la publicité de masse à la publicité de niche, les méthodes doivent être repensées.

Au-delà du simple outil promotionnel, les social ads peuvent répondre à toutes les problématiques des marques, du branding au couponing en passant par les pré-tests.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre le fonctionnement des social ads
- Explorer tout le potentiel offert par les formats payant du web social
- Acquérir les bons réflexes pour en tirer partie

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Responsables dans des fonctions marketing, communication, digital, CRM, achat media

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse à des personnes ayant déjà des connaissances en digital ou social media et ayant une expérience minimum de 3 ans dans l'univers de la communication, du marketing ou des achats média.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

INTRODUCTION : QUE SONT LES SOCIAL ADS

- Définition de la publicité «sociale»
- La Data au centre
- Best practices

LE CIBLAGE 2.0

- Rappel sur les critères traditionnels de ciblage et leurs limites
- Possibilités offertes par les critères de ciblage du web social
- Le temps réel : optimiser ses campagnes et ses coûts

PANORAMA PAR PLATE-FORME

- Présentation des solutions et formats payants
- Présentation des différents critères de ciblage
- *Atelier pratique*

RÉUSSIR SES CAMPAGNES DE SOCIAL ADS

- Définir correctement ses objectifs et ses cibles
- Définir le message, les formats et les contenus
- Paramétrer ses campagnes
- Optimiser ses campagnes avec une approche Test&Learn
- *Atelier pratique*

AU-DELÀ DE LA PUBLICITE, UN OUTIL MARKETING

- Solutions de retargeting sociales et social CRM : capter les internautes
- Le growth hacking : augmenter votre base clients ou votre business

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Facebook, exploitez tout son potentiel
- Twitter, échangez avec tous vos publics
- Instagram, soignez votre image
- Fédérez vos communautés, le community management efficace



COCRÉEZ POUR DURER

DONNER DU POUVOIR À VOS CONSOMMATEURS

LIEU

Bagnolet (93)

DURÉE

1 journée

THÉORIE

50 %

PRATIQUE

50 %



PARTICIPANTS

4 à 10

inter-entreprises

TARIF

1 790 €

La co-création est une démarche active, créative et sociale, basée sur la collaboration entre une entreprise et des consommateurs ou d'autres publics (BtoB, prestataires...).

A l'heure où l'on recherche de l'engagement et construire une relation privilégiée, la co-création apparaît comme un levier intéressant pour faire évoluer la marque en multipliant les sources d'innovation.

OBJECTIFS DE CETTE FORMATION

- Comprendre les tenants et aboutissants d'une démarche de cocréation
- Maîtriser une méthode de travail efficace et adaptable pour appliquer la démarche cocréation à sa marque/son entreprise

À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- Chefs d'entreprise, top management
- Responsables dans des fonctions marketing, communication, digital, marque, relation client, Recherche & Développement, études

PRÉREQUIS DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse aux personnes maîtrisant les fondamentaux du marketing ou possédant une expérience significative en marketing, d'au minimum 5 ans.



PROGRAMME

CONTACTS

01 48 97 31 60

uzful-learnings.fr

contact@uzful-learnings.fr

INTRODUCTION

- Définition
- Historique et contextualisation
- La nouvelle donne : consomm'acteur et digitalisation des marques/entreprises
- Distinguer la cocréation du crowdsourcing
- Best practices BtoC et BtoB
- Les clés du succès : durabilité, utilité, transparence...

ÉTAPES NÉCESSAIRES A UNE CO-CRÉATION REUSSIE

Présentation d'une méthodologie de travail

- 1 Préparation détaillée : détecter les bons insights et cadrer les bénéfices attendus
- 2 Conception : outils et facteurs clés de succès
- 3 Lancement : savoir organiser paid/earned/owned media
- 4 Performances : adopter la logique test&learn
- 5 Évolutions : entretenir l'intérêt, savoir se renouveler

ATELIER PRATIQUE

LES FORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

- Creative Tech Day - le potentiel des technologies pour le marketing
- Marketing as a service - Développez votre brand utility
- User centric marketing - passez au marketing de l'expérience client



Uzful Lab

INFOS PRATIQUES

LIEU

Uzful Lab à
ICIMontreuil

ou

Intra-Entreprise

DURÉE

3 heures

PARTICIPANTS

4 à 12 participants

TARIF

Selon format

CONTACT

01 48 97 21 60

lab@uzful.fr

WORKSHOP OBJETS CONNECTÉS UZFUL & littleBits[®]

Depuis quelques années déjà, les objets connectés occupent une place de choix dans les tendances à surveiller en terme d'innovation et de marketing. C'est notre ADN digital qui nous a poussé à explorer et conceptualiser ce potentiel d'innovation pour les marques. Aujourd'hui le Uzful Lab synthétise ces expérimentations au sein d'ateliers Innovation à destination des professionnels du marketing.

Nous vous proposons, grâce aux littleBits, d'explorer et de comprendre l'univers des objets connectés par l'**idéation** et le **Prototypage Rapide**. Ce workshop est un atelier de 3 heures visant à **démystifier le sujet et expérimenter** en prototypant vos propres idées.

POURQUOI LITTLEBITS ?

Ces *building blocks* ne présentent pas de barrière d'entrée et ne requièrent pas de super pouvoirs, ce qui en fait un excellent outil de conception et de prototypage d'objets connectés **accessible à tous les niveaux**.

POURQUOI PARTICIPER ?

- Découvrir les possibilités liées aux objets connectés par le "faire"
- Comprendre le raisonnement technique et créatif derrière un objet connecté
- Imaginer et prototyper des concepts innovants
- Découvrir le MakerSpace d'ICI Montreuil et son fablab

VOUS REPARTIREZ AVEC :

- Un ou plusieurs concepts d'objets connectés prototypés par vous mêmes
- Une session de travail encadrée par des experts du digital et des objets connectés
- Une expérience ludique avec d'autres professionnels de la communication et du marketing

FORMAT DE L'ATELIER

- Introduction aux objets connectés et à l'internet des objets
- Présentation des littleBits
- Exploration et découverte personnelle des littleBits
- Idéation & sketch d'idées d'objets connectés
- Prototypage des idées
- Présentation des projets entre participants

POUR QUI EST FAIT CE WORKSHOP ?

Pour les professionnels de la communication et du marketing ayant un pied dans le digital. Ou les deux. Cet atelier ne requiert pas de compétences techniques, seulement de la **curiosité** et l'**envie de comprendre** la logique derrière la création d'un objet connecté.

ILS ONT PROFITÉ DE CE WORKSHOP

