

# Programme\* Second semestre 2024

## SEPTEMBRE

18

Comment exploiter efficacement LinkedIn pour développer des relations durables et renforcer la visibilité de votre marque ? - CCookie

19

✳️Parcours IA & création de contenu - Quelles considérations éthiques et juridiques pose la création de contenu généré par l'IA ? - Elevate (3/3) ✳️

20

Les Customer data platform sont-elles la solution aux besoins des équipes marketing client à l'ère du cookieless et de l'omnicanalité ? - Converteo

18

Comment se lancer dans l'évaluation de son impact social/sociétal ? - Returnforsociety

24

Comment l'influence marketing peut-elle être un relais de ses engagements RSE ? - Les Humains NEW

## OCTOBRE

1

Langage inclusif : comment booster la communication de votre marque avec cet outil accessible, gratuit et efficace ? - Reworlding NEW

2

La gestion de vos études marketing : comment tirer le meilleur de votre institut ? - AMKC NEW

3

Comment enrichir ses communications avec le storytelling ? - Aravati NEW

8

Training flash : Comment utiliser la data pour promouvoir la durabilité dans votre entreprise ? - Elevate NEW

9

Comment intégrer le service Études à une politique RSE dynamique d'entreprise ? - Sugi-research NEW

15

Training flash : Comment utiliser la data pour optimiser vos stratégies de pricing ? - Elevate NEW

16

Employee advocacy : quels sont les leviers et risques à l'ère de la responsabilité de la marque ? - Les Humains NEW

17

Quels sont les fondamentaux de la communication d'engagement (2/3) ? - Return for Society

## NOVEMBRE

5

✳️Parcours relations annonceurs-agences : Comment organiser un appel d'offre utile et efficace ? (1/2) - onzedixièmes ✳️

5

✳️Parcours relations annonceurs-agences - Le bon brief : Comment organiser la séquence de brief ? (1/2) - onzedixièmes ✳️

6

✳️Parcours relations annonceurs-agences : Comment organiser et sécuriser un choix créatif à l'épreuve des organisations internes ? (1/2) - onzedixièmes ✳️

6

✳️Parcours relations agences - Rémunération agence : Quels modes de rémunération adaptés à votre communication ? (1/2) - onzedixièmes ✳️

13

Segmentation - Epsilon NEW

14

Quelles sont les étapes clés dans l'implémentation d'une stratégie de Data Gouvernance ? - Elevate NEW

19

Comment évaluer sa communication d'engagement ? (3/3) - Return for Society NEW

22

Comment convaincre en 3 minutes ? - Skylldev / PRESENTIEL

26

✳️Parcours relations annonceurs-agences : Comment se donner les bons outils du choix lors d'un appel d'offres ? (2/2) - onzedixièmes ✳️

26

✳️Parcours relations annonceurs-agences - Le bon brief : quel outil adapté pour bien poser sa question à l'agence ? (2/2) - onzedixièmes ✳️

27

✳️Parcours relations annonceurs-agences : Comment mener un dialogue constructif et efficace autour de la création ? (2/2) - onzedixièmes ✳️

27

✳️Parcours relations annonceurs-agences - Rémunération agence : Comment mettre l'intéressement au service de la coopération #annonceuragence ? (2/2) - onzedixièmes ✳️

## DECEMBRE

4

Comment passer aux achats responsables en matière de marketing et de communication ? - Les Humains