

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 ? - Convertio

24

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

25

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**

4

Comment, en tant que marque, encourager des comportements durables ? - Behaven

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**

11

MASTERCLASS - Quelle place pour des choix marketing libres à l'ère de l'IA ? - Lucie Béviard

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

13

Pourquoi et comment mettre en oeuvre la segmentation marketing ? - 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**

20

Comment allier inclusivité et représentativité dans la communication ? - Les Humains **NEW**

22

Comment convaincre en 3 minutes ? - Skylldev / PRESENTIEL

22

Comment encadrer ses relations avec les influenceurs ? - L'Union des marques

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

4

Comment, en tant que marque, développer sa stratégie de eRetail media ? - Numberly **NEW**

10

Pourquoi et comment mettre en oeuvre une communication responsable ? - Occurrence **NEW**

17

Comment éviter le Greenwashing ? - Union des marques