



Formations gratuites pour les membres

La Brand Academy vous propose une variété de thématiques de formation qui répondent à vos enjeux marketing communication, toute l'année, d'une durée de deux heures en distanciel. Courtes et intenses, ces formations sont réalisées par des experts professionnels réputés et sélectionnés par l'Union des marques.

3 THÈMES

-  Expérience client
-  Positionnement de marque
-  Organisation

13 DOMAINES

- Efficacité, ROI et mesures
- Expérience clients, retail
- Juridique
- Marketing et communication responsable
- Marque - marketing
- Media – publicité - digital
- Médias sociaux – influence
- Production – contenus
- Relations agences
- Relations & connaissance clients – datas
- Stratégies et organisations
- Technologies digitales – innovations
- Développement personnel – soft skills

80 Brand Academy en distanciel

86 % de satisfaction

Inscrivez-vous : <https://uniondesmarques.fr/>

Programme Premier semestre 2022

JANVIER

13 Insight Out : Comment déceler, définir et mettre en pratique les insights consommateurs ?

18 Les Humains : Savez-vous repérer le washing ?

20 IAB : Programmatique, et si on ouvrait le capot ?

21 IMPACT + : Quelles clés pour réduire efficacement l'impact environnemental de ses campagnes digitales ?

25 Make my day : Comment mieux gérer et concevoir ses événements avec des contre-temps permanents ?

26 Audion : Quelles clés pour tirer le meilleur du digital audio ?

27 UDM : Comment encadrer ses relations avec les agences médias ? (1/2)

FÉVRIER

01 Madame Langage : Les écrits de la relation client : Comment écrire pour entrer en relation puis entretenir celle-ci ?

02 W&Cie : Comment passer d'une plateforme de marque à une plateforme d'expérience ?

03 UDM : Comment encadrer ses relations avec les agences médias ? (2/2)

09 Precious : Comment travailler le sujet de la musique dans la publicité ?

10 IAB & MMAF : Le eRetail Media : comment bien l'utiliser ?

MARS

10 Greenflex : Pourquoi et comment identifier l'écosystème et les enjeux développement durable de sa marque ? (1/3)

15 Sporsora : Comment mettre en œuvre une stratégie de marketing sportif ?

16 Kantar : Pourquoi le Search est un levier fondamental dans votre stratégie de communication globale ?

18 Skylldev : Comment mieux gérer mon stress et mes émotions ?

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

29 Lonsdale : Positionnement stratégique et plateforme de marque : quels enjeux en 2022 ? (1/4)

31 Return for Society : Quels sont les fondamentaux de la communication d'engagement ? (1/1)

AVRIL

06 The Address : Comment produire un film publicitaire au juste prix, sans nuire à la qualité et en respectant les enjeux de RSE des marques ?

07 Greenflex : Comment construire une offre responsable ? (2/3)

14 Fresque du climat : Comment basculer le monde dans la transition avec la fresque du climat ?

20 Lonsdale : Comment innover au filtre de la marque ? (2/4)

MAI

10 Kantar : Comment infuser la transformation digitale au sein des organisations ?

13 Skylldev : Comment mieux gérer les conflits et en sortir dans une optique gagnant-gagnant ?

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

19 Lonsdale : Parcours : Comment donner vie à la stratégie de marque à travers le design ? (3/4)

31 Onzedixième : Comment organiser un appel d'offre utile et efficace ?

31 Onzedixième : Le bon brief : Comment organiser la séquence de brief ?

JUIN

01 Onzedixième : Comment organiser et sécuriser un choix créatif à l'épreuve des organisations internes

01 Onzedixième : Quels modes de rémunération adaptés à votre communication ?

08 Greenflex : Qu'est-ce qu'une marque responsable, sincère et cohérente ? (3/3)

21 Onzedixième : Le bon brief : Comment organiser la séquence de brief ?

21 Onzedixième : Comment se donner les bons outils du choix lors d'un appel d'offres ?

22 Onzedixième : Comment mener un dialogue constructif et efficace autour de la création ?

22 Onzedixième : Comment mettre l'intéressement au service de la coopération ?

28 Lonsdale : Quels sont les enjeux actuels des lieux d'expression de la marque et comment y répondre ? (4/4)