

LES DESSOUS DES TENDANCES : COMPRENDRE, CATCHER, EXPLOITER LES TENDANCES POUR RENFORCER SA MARQUE

Inscription par mail et réponse sous 48h (jours ouvrés) avec un délai de réalisation 1 mois minimum. La formation est organisable en sur-mesure. Pour toute situation de handicap, nous contacter pour envisager la faisabilité. Réservation, contact et informations :
catherine@lacademie-du-newbiz.com

Volatile, changeante, éphémère, la tendance est difficile à épingler mais son bruit médiatique est omniprésent. Présentes depuis des décennies, les tendances sont hyper-présentes aujourd'hui via notamment l'hyper-puissance des influenceuses/ influenceurs Leur importance semble incontournable dans la vie des marques, dans leur proximité avec leurs consommateurs, dans leur attractivité et donc dans leur communication.

Introduction

Présentation des stagiaires, recueil des attentes et quiz d'évaluation pour connaître votre familiarité avec les tendances et leur recherche.

Module 1 – Enjeux, définition et rôle

- 1.1 Polysémie et enjeux des tendances : peut-on imaginer une société de consommation sans tendances ?
- 1.2 Qu'est-ce qui fait une tendance ?
- 1.3 Les fonctions sociales des tendances
- 1.4 la rhétorique des tendances, de l'intangible à la preuve
- 1.5. Atelier évaluation des acquis : analyse de tendances

Module 2 – Comment catcher des tendances, et comment les diffuser ?

- 2.1 Les différents types de tendances
- 2.2 Panorama des offres de catching et d'analyse
- 2.3 Approches, outils et process de détection
- 2.4 Modèles de diffusion
- 2.5 Atelier évaluation des acquis : repérage de tendances

Module 3 – Expression et exploitation

- 3.1 Les tendances sont tendance. Décryptage du phénomène.
- 3.2 Qui fait les tendances ? Les gens, les influenceurs, les marques ?
- 3.2 Le développement d'offres spécialisées
- 3.4 Marques et tendances : exploitation dans les plateformes et les campagnes de communication
- 3.5 Atelier évaluation des acquis : exploitation des tendances dans un brief

Conclusion

Évaluation individuelle des acquis, quiz de validation de l'atteinte des objectifs de la formation

Objectifs	Public visé	Méthode
<ul style="list-style-type: none">Comprendre le rôle des tendances dans la construction des marquesNourrir ses briefs création et ses plateformes de marquesA l'issue de la formation le stagiaire saura détecter des tendances	<ul style="list-style-type: none">Dirigeant,Cadre,Responsable du développement,Planneur stratégiqueManager,Commercial,Toute personne en agence de communication (digital, pub, ...) amenée à gérer des clients et participer à des compétitions...Aucun prérequis nécessaire	<p>La formation privilégie l'interactivité : théorie et pratique sont alternées. La réflexion et l'échange sont privilégiés avec des mises en pratique, à partir de cas vécus par les participants, d'ateliers, de quiz, de méthodologies illustrées d'exemple puis d'applications en situation</p> <p>Évaluation individuelle, en fin de formation pour valider les acquis</p>

Participants

Formation individuelle ou collective de max. 5 stagiaires

Tarifs

à partir de 2 600€ H.T / 1 j
Proposition sur-mesure

Durée

7 heures en intra entreprise

Lieu

Chez le bénéficiaire ou à la charge du bénéficiaire

Moyens mobilisés

Présentation et support de formation projeté. Ordinateur individuel et connexion wifi.



Intervenante
Cécile Badouard

30 ans d'expérience en tant que Directrice du Planning stratégique et DG en agences, j'ai accompagné de nombreuses marques dans leur lancement, leur (re)positionnement et leur développement. J'ai encadré des équipes de planneurs mais aussi de responsables études (quantitatives et qualitatives) et de designers afin de construire ces marques et leurs trajectoires. J'ai une connaissance et une appétence fortes pour les marques grand public des secteurs alimentaires, retail, mobilité, services.