

MARKETING DE L'INNOVATION

1 jour en présentiel (7 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous permet d'identifier les tendances du marketing de l'innovation, de saisir les opportunités du marché pour innover et d'analyser et modifier son business model avec le design thinking.

Population visée

Toute personne impliquée dans un process d'innovation.

Pré-requis

Avoir un bon niveau de pratique marketing.

Méthodes pédagogiques

10 participants maximum, un support de cours est remis pendant le stage. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de réflexions.

Formateur

Formateur, consultant expert en marketing digital, spécialiste des nouvelles tendances médias.

Modalités de validation des acquis

Évaluation des acquis via un questionnaire.
Attestation de fin de stage.

Contenu

Intégrer les enjeux du marketing de l'innovation dans sa stratégie digitale

- Identifier les 4 types d'innovations : incrémentale, adjacente, disruptive, radicale
- Établir le diagnostic de sa stratégie digitale
- Définir sa stratégie d'innovation digitale

Exploiter les nouvelles tendances du marketing digital

- Exploiter l'expérience utilisateurs
- Identifier les ressources d'un crowdsourcing
- Créer du contenu : Content Marketing
- Gérer du Marketing Automation
- Intégrer de l'Intelligence Artificielle

Développer de l'innovation

- Elargir ou disrupter son marché de référence
- Transformer un signal clients en opportunités
- Exploiter le design émotionnel sur les utilisateurs pour identifier leur besoin
- Identifier l'apport du Design Thinking