

Marketing 2.0 et Multi Supports

Les nouvelles interfaces et le consommateur 2.0



Le Web 2.0 a engendré une révolution dans la communication et dans le comportement des consommateurs qui ont désormais le pouvoir. Par conséquent le marketing à l'ère du Web 2.0 nécessite des nouveaux concepts utilisant l'internet comme principal support de travail. Comment collaborer avec les consommateurs 2.0 ? Quelles sont les interfaces efficaces pour une conception centrée utilisateur, itérative et implicite ? Quelles opportunités apportent les applications sur les appareils internet mobile et les widgets ? Quels avantages tirer du crowdsourcing ? Comment utiliser le marketing participatif et les médias sociaux pour booster les ventes ?

Compétences dispensées :

- Comprendre tous les principes clés du Web 2.0
- Appréhender la conception d'interfaces 2.0
- Connaître les consommateurs 2.0
- Penser multi supports : widgets, apps pour mobile internet devices
- Développer le commerce collaboratif
- Exploiter les meilleures pratiques du 2.0 (interfaces et marketing)
- Réussir à mettre en place un dispositif 2.0

Pédagogie, supports :

- Équilibre entre méthodologie, mises en situations, cas pratiques et temps d'échanges
- Documentation et supports audiovisuels, également consultable en ligne
- Suivi de la formation hors et en ligne pour valider les principaux savoir-faire acquis
- Coaching personnalisé

Points forts :

- Consultant-formateur avec près de 15 années d'ancienneté dans les métiers du web et du commerce en ligne (Allemagne, France, Suisse)
- Accompagnement opérationnel adaptée aux méthodes et process des clients, incluant les contextes multiculturels