



Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Enjeux du marketing responsable

- Pourquoi la responsabilité sociétale de votre marque est-elle nécessaire à sa pérennité ?

- Le changement climatique et son impact sur les marques
- L'évolution du cadre réglementaire
- Les nouvelles attentes des consommateurs en matière d'engagements des marques
- La porosité entre RSE et RSM

2. Définir votre marque responsable

Les 8 grandes étapes pour passer en mode marketing responsable : faire un diagnostic de l'existant, changer votre paire de lunettes, définir la plateforme responsable de votre marque, définir l'évolution de votre business model, repenser votre offre, etc.

Atelier : Définir votre plateforme de marque responsable et vos piliers d'engagement.

JOUR 2

3. Concevoir votre offre de produits et/ou services vertueux

Quels sont les principaux leviers d'action des équipes marketing ?

- Répartition de la valeur // prix
- Éco-conception des produits
- Packaging primaire et secondaire
- Production

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 150 euros HT

INTERVENANTE

Sophie GEISWILLER, Conseil en régénération de marque - SO! Positive Value

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

- Distribution & logistique
- Vente & promotion
- Communication & influence

Atelier : Repenser votre offre existante
Échanges et partages du groupe sur leurs bonnes pratiques, leurs freins, etc.

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour s'engager dans une démarche de marketing responsable respectueuse des enjeux environnementaux et sociaux permettant d'accompagner les consommateurs vers une consommation responsable. Cette posture permet de pérenniser sa marque en transformant ses produits et services, engageant ses parties prenantes et améliorant son image sans faire de greenwashing.

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser et prendre en compte les enjeux d'un marketing responsable et connaître les nouveaux business models
- Définir une plateforme de marque responsable
- Appliquer à toutes les étapes de la conception ou de la rénovation d'un produit ou d'un service les bonnes pratiques d'un marketing durable

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne désireuse de s'engager dans une démarche de marketing éthique, responsable et respectueuse du consommateur, en particulier les équipes marketing qui ont déjà des notions RSE.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation pédagogique, analyse de cas concrets, ateliers de travail individuel

EN SUR PLACE OU À DISTANCE 



Photo par Mohamed Nohassi sur Unsplash