



Marketing, éthique et développement durable

Intégrer les nouvelles valeurs de la société

« Dans un contexte où la sensibilité des consommateurs aux enjeux du développement durable s'accroît, le marketing suscite le débat : soupçonné de construire des messages habillés "développement durable" ou "verts" sans que rien ne soit modifié, le marketing doit réviser ses pratiques. Plusieurs intervenants illustrent au cours de cette journée les différentes facettes de ces problématiques bien réelles. »

Profil des participants

- Directeur général, directeur de la prospective, du développement ou de l'innovation.
- Responsable marketing, brand manager, chef de produit, chef de marché.
- Toute personne impliquée par le sujet et la stratégie développement durable.

Bénéfices de la formation

- Acquérir une vision actuelle des interactions entre le marketing, l'éthique et le développement durable.
- En comprendre les opportunités et perspectives dans un futur proche.
- Prendre conscience de l'implication de l'entreprise, la marque ou l'offre.

Comment se déroule cette journée ?

- > Ce séminaire s'organise en plusieurs séquences : alternance d'apports avec un expert du domaine et d'illustrations de mise en œuvre en entreprise. Les débats à l'issue des interventions favorisent le partage des meilleures pratiques et les échanges entre participants et expert.

Programme

1_ La position des consommateurs vis-à-vis du développement durable et de l'éthique

- Une prise de conscience et des attentes fortes envers les marques et les entreprises.
- Les facteurs clés de succès d'un marketing intégrant le développement durable.
- Les conditions pour un relationnel client durable.
- Les faux pas à ne pas commettre.

2_ L'éco-conception : l'environnement intégré dans le mix-marketing

- Repenser le processus de développement du produit.
- L'éco-conception en tant que facteur d'innovation.
- Des exemples de réussite exemplaire dans divers secteurs d'activités.

3_ Neurosciences et marketing : pour un marketing durable fondé sur l'éthique

- Utiliser des recherches récentes en neurosciences pour travailler sur les besoins et motivations profondes des consommateurs.
- Une nouvelle approche de segmentation riche, prédictive et intemporelle.

4_ Une nouvelle approche marketing qui concilie éthique, développement durable et rentabilité

- Éthique et développement durable : 2 leviers pour assurer la pérennité de l'entreprise.
- L'intérêt des investisseurs financiers pour les entreprises intégrant l'éthique et le développement durable dans leur stratégie.

Les + de cette journée

- Plusieurs cas illustrent, soit une expérience réussie en entreprise, soit une synthèse sur l'état actuel du thème.
- Des échanges et débats permettent de partager les meilleures pratiques avec les intervenants.

Votre animateur...

Est un expert en stratégie marketing et développement durable. Il intervient régulièrement en Conseil et en Formation en entreprise.

Pour aller plus loin...

La formation **Marketing de l'innovation** (réf. 6299) aborde les nouveaux aspects liés au développement durable et à l'éco-conception.

1 JOUR

Réf. 7318

23 € HT Paris
20 € HT Régions

750 € HT

Paris
16 avr
8 oct
3 déc