



UNIVERSITE D'ENTREPRISE



Définir sa stratégie mobile

Participants :

Pré-requis :

- Connaissance et culture générale sur l'environnement internet
- Connaissance et culture générale sur l'environnement mobile

Public cible

- Équipes marketing et communication on-line
- Directeur de la communication, webmanager, directeur marketing, responsable e-commerce

Formation :

Le mobile détient la pénétration la plus forte et la plus rapide du XXIème siècle, devant la TV (50 ans pour 92% de pénétration) et le PC (25 ans pour atteindre 45% de pénétration) avec 98% de pénétration en 7 ans. Il est aujourd'hui important de mieux comprendre l'écosystème de l'industrie mobile et sa chaîne de valeur afin de connaître les enjeux de l'internet mobile avec ses acteurs, ses contraintes, son évolution, sa révolution mobile 2.0.

Objectifs de la formation :

- Comprendre les enjeux de l'internet mobile
- Créer une stratégie marketing mobile 2.0

Durée : module de 6 heures

Nombre de personnes : 10 personnes maximum

Formateurs : Le nom de l'expert sera précisé en fonction des dates de la session.

- Christophe Léon
- Gilles Blanc
- Jean philippe briguet