

WEB3 ET MONDES VIRTUELS



1 jour

IDENTIFIER LES ROUAGES ET LES OPPORTUNITÉS DES NOUVEAUX TERRAINS DE JEU DU MARKETING

PROGRAMME DE LA FORMATION

Ce programme est mis à jour en temps réel pour prendre en compte les dernières nouveautés

LES NOTIONS CLÉS DU WEB3 ET DES MONDES VIRTUELS

- › Contextualisation du Web3 vs Web1.0 et 2.0
- › Les composantes du Web3 :
 - blockchain
 - NFT
 - portefeuille numérique
 - DAO...
- › Métavers, mondes virtuels et Web3 : différences et interactions

Illustration des concepts par des exemples concrets

LES OPPORTUNITÉS DU WEB3 ET DES MONDES VIRTUELS POUR LES MARQUES ET ORGANISATIONS

- › Usages et opportunités pour les acteurs du marketing
- › Bonnes pratiques

Cas réels pour illustrer les usages et opportunités marketing

Imaginer un dispositif Web3 ou mondes virtuels pour son entreprise

LES ENJEUX À L'ADOPTION ET LES PERSPECTIVES

- › Les principaux freins et enjeux à l'adoption du Web3 et des mondes virtuels

Illustration : le piratage de la plateforme Poly Network et ses répercussions sur la sécurité des blockchains

- › Le futur des technologies, des plateformes et les impacts marketing

Illustration : la collaboration entre l'artiste Grimes et la plateforme Nifty Gateway pour la vente de NFT, étape importante dans la reconnaissance de la valeur artistique des NFTs
Quiz interactif global de validation des acquis

OBJECTIFS

Identifier les opportunités et les usages marketing du Web3 pour les marques et les organisations. Intégrer les freins et les enjeux à l'adoption de ces technologies. Anticiper les évolutions futures et les impacts marketing.

LES PLUS DE CETTE FORMATION

Une approche pédagogique pour comprendre l'écosystème et les concepts
Des cas réels d'applications marketing pour illustrer et inspirer

PUBLIC ET PRÉREQUIS

Directeur Marketing – Com?, directeur Marketing & Digital?, Directeur Relation – Expérience client?, directeur Marketing – Ventas, responsable Marketing, responsable Digital?, Responsable Marketing – Com?, chef de marque / produit / marché?, chef de projet digital?, responsable Marketing client / relationnel?, responsable Expérience client?
Il est nécessaire de disposer d'une connaissance ou d'une expérience des fondamentaux du marketing

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES, ENCADREMENT

Un questionnaire sur les attentes des participants est adressé 15 jours avant le début de la formation. Les méthodes pédagogiques incluent des apports théoriques et pratiques, un travail sur des cas concrets et des exemples d'application. Un support pédagogique est remis à chaque participant, et un accès personnel en ligne permet d'accéder à des e-ressources à l'issue de la formation. Nos consultants sont sélectionnés pour leur expertise métier, leurs compétences pédagogiques et leurs expériences professionnelles.

SUIVI ET ÉVALUATION

Feuille d'émergence et attestation de fin de formation
Évaluation à chaud et à froid

TARIFS

615 € HT - Réf : MPC-MVIR

Validité : 30 juin 2024

PROCHAINES SESSIONS

Paris Montparnasse :
le 4 mars 2024
le 14 octobre 2024

Participant(e)

Mme M. Nom.....
Prénom.....
Fonction.....
E-mail
(obligatoire pour accéder à vos documents personnalisés, avant et après votre formation)
Tél. (ligne directe).....
Tél. mobile (pour infos de dernière minute).....

Merci de nous indiquer si nous devons prévoir des mesures à mettre en œuvre pour les personnes nécessitant des aménagements particuliers :
.....

Formation choisie

Titre.....
Référence.....
Dates.....
Lieu.....
Option proposée pour certaines formations : un accès e-ressources pendant un an, à un tarif très avantageux (remise de 50% sur le prix public).
Merci de préciser votre choix :
 Formation + Accès e-ressources pendant un an * Formation seule

Tarif

Indiquez le tarif HT selon l'option choisie.....

Entreprise / Établissement

Raison sociale.....
Adresse.....
Code postal | | | | | Ville.....
Téléphone..... Fax.....
N° d'identification (TVA intracommunautaire).....
Code APE / NAF..... N° Siret | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Responsable de l'inscription

Mme M. Nom..... Prénom.....
Service/Fonction.....
Tél. (ligne directe)..... E-mail.....

Facturation/Règlement

FACTURE À ADRESSER À L'ENTREPRISE / L'ÉTABLISSEMENT :

À l'attention de Mme M.
Nom.....
Prénom.....
Service/Fonction.....
E-mail.....
Libellé de la facture.....

Si la facture est à adresser à l'entreprise mais à une autre adresse ou un autre service, merci de préciser.....

Un numéro de bon de commande interne à votre entreprise doit-il apparaître sur la facture ?

OUI NON

Si OUI, numéro :
GERESO se réserve le droit de facturer une pénalité forfaitaire si le client n'a pas transmis son bon de commande avant le début de la formation

FACTURE À ADRESSER À L'OPCO :

Nom de l'OPCO.....
Numéro de prise en charge.....
Adresse de votre OPCO.....
Code postal | | | | | Ville.....

Si GERESO n'a pas reçu l'accord de prise en charge de l'OPCO le dernier jour de la formation, le client sera facturé de l'intégralité du prix de la formation.

Fait à :	Le :
Signature et cachet de l'Entreprise / l'Établissement, précédés de la mention « bon pour accord » :	
La signature de ce bulletin d'inscription vaut acceptation des conditions générales de vente précisées sur www.gereso.com/cgv/	

Prise en charge (si parcours certifiant) :

CPF Entreprise OPCO