

FORMATION COMPLETE WEB 3:

STRATÉGIE MARKETING D'ACQUISITION, DE CONVERSION ET DE FIDÉLISATION D'UTILISATEURS SUR LES MÉTAVERSSES.

1 journée complète d'initiation sur 7h – 4500€ – Intra-entreprise (dans vos locaux)

Contenu

Comprendre l'évolution du marché

- Revus sur les définitions du WEB 3.0 : enjeux et tendances
- Evolution des supports et des possibilités: web 1, web 2, web 3.
- Qu'est ce que la Blockchain, le Métaverse et les NFTs ?
- Quels sont les usages les plus courants?

Les Metaverses : un nouvel eldorado pour les marques ?

- Revu sur les principaux acteurs et mondes immersifs du marché
- Revu sur la hype et les usages NFTs, Métaverses par les users
- Revue sur les acteurs qui ont développé des expériences sur les métaverses (uses cases)
- Intérêt d'établir une stratégie de présence sur les Métaverses (dans les mondes virtuels)



Comment établir une stratégie de présence dans les mondes virtuels

- Générer de la notoriété et du trafic pour vos marques et du trafic vers vos sites
- Mettre en avant vos produits et créer une nouvelle expérience d'achat (V commerce)
- Déployer des événements RH et corporate immersif
- Gamification : l'émergence du modèle Play To Earn
- Conversion et fidélisation de vos utilisateurs/joueurs



Pause 12h - 13h30

Utiliser la data et mesurer la performance dans les métaverses

- Parcours, récolte et utilisation de la Data 3.0
- A quel type de résultat s'attendre quels sont les KPI's?
- Conseil pour optimiser vos expériences immersives – Data Driven



Présentation des Study Cases Métaverses

- Study Case 1 : Guerlin Reverse Project
- Study Case 2: Leader Price fait gagner des bons de réduction dans le métavers
- Study Case 3: Gucci : la collaboration cool.

Ateliers Pratiques

- Atelier 1: Participer à une quête dans The SandBox.
- Démo 2: AR Samsung Studio: Création avatar + animation et partage
- Démo 3: Avatar Ready Player Me + Découverte accès spatial + fonctionnalités.
- Démo 4: Découverte des technologies immersives de META avec le casque VR (meta-Quest)

Objectifs pédagogiques

A l'heure d'une nouvelle mutation technologique majeure, portée notamment par la blockchain, les NFT et les Métavers, les entreprises doivent de nouveau adapter leur stratégie de communication en misant toujours plus sur l'innovation et l'expérience utilisateur. Comment y parvenir, quelles sont les bonnes pratiques, par où commencer...autant de questionnements auxquels cette formation vous apportera des réponses précises et concrètes.

Procédures de positionnement et d'évaluation des acquis à l'entrée de la prestation

Audit téléphonique d'un conseil-formation pour s'assurer des pré-requis et des besoins de l'apprenant, pouvant être complété d'un audit de niveau, soumis à l'analyse du formateur-référent.

Pré-requis

Une connaissance théorique et pratique des principaux aspects médias et leviers marketing on line et off-line.

Formateurs

Formateurs, consultant expert en marketing Internet, spécialiste des nouvelles tendances médias et consultant spécialiste en innovation et Web 3.0

Méthodes pédagogiques

20 participants maximum, un poste par stagiaire et un support de cours est remis en fin de stage. La formation est constituée d'apports théoriques, de démonstrations et de mises en pratique basées sur des exercices (méthode démonstrative).

Population visée

Directeur de campagne marketing, Directeur stratégique, Responsable Web 3.0, Responsable innovation, Directeur de communication, Responsable développement de produits, Responsable événementielle, Community manager, Chargé de communication, Head of digital, Head of innovation et toute personne travaillant déjà dans le domaine de la communication, du marketing, de la production et de la création digitale.