

RENTRÉE 2020

DIGITAL MARKETING FACTORY

by GEM



DMF WHY

**GRENOBLE
ECOLE DE
MANAGEMENT**

BUSINESS LAB FOR SOCIETY

"be a maker"

Crée ta startup

Crée une startup interne

Rejoins une startup

Rejoins un service :

- **digital**
- **innovation**
- **marketing**

LE PROJET

EN ÉQUIPES
INGENIEUR, DESIGN, BUSINESS



On prend une idée dans le digital et on lui fait vivre toutes les étapes

innovation

marché

maquettes

business model

business plan

actions on line

plan communication

etc.

STATE OF MIND



CREATIVITÉ



RAPIDITÉ



LAB



FAB LAB



ROAD MAP

**LE PARCOURS : 5 MODULES,
+ DE 150H**

LE MÊME DIPLÔME !

ET UNE EXPÉRIENCE DANS LE PRESQUE VRAI !

1

Créativité

Innovation

Méthode agile

Design thinking

Crowdfunding

2

Environnement -

Veille

Consommateur--
-
Ciblage et
profils

Business model

3

Maquettes

Prototypes

BOT

IOT

App Mobile

4

Les Data

Tendances
digitales

Media et
canaux

Optimisation

5

Business plan

Juridique

Plan marketing

Communication
(projet)

Négociation

Ajouter des lignes dans le corps du texte

projet

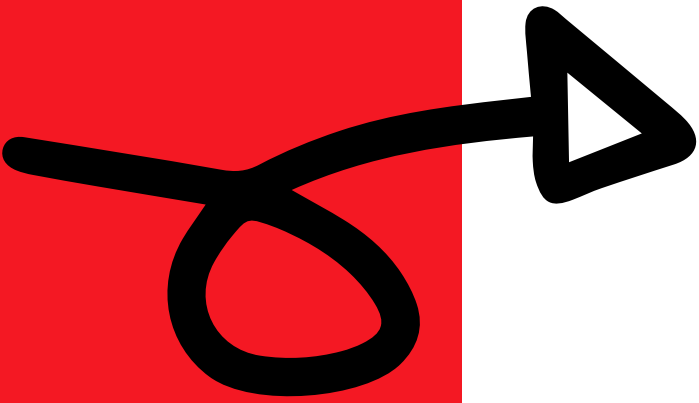
Apprentissage et créativité :

- les grandes lignes de la créativité, les approches Serious Game
- Mettre en place une démarche de design créatif: introduction au Design Thinking et au Lean Startup.
- Innovation, introduction aux différentes formes d'innovation (incrémentale et de rupture).
- Les nouveaux Business Models de l'innovation: exemples et études de cas
- Gestion de projet
- Fondement et règles du Mind Mapping: comment pratiquer en mode projet et quels outils utiliser

Overview

- des outils disponibles en management de projet agile.
- des outils de recherche d'information

Mise en place d'une stratégie de veille et développement de la présence par l'expertise.



1

marché

- Innover sur un marché
- Développer son business nécessite de savoir comprendre et analyser son environnement et ses clients potentiels.
- Penser votre modèle avec les clefs des grands acteurs (GAFA, NATU...)
- Décrypter les consommateurs et leurs profils digitaux afin de proposer un ciblage pertinent.
- Les thèmes suivants seront abordés : environnement, veille, consommateur, ciblage et profil, data, persona, customerjourney, touchpoints...



maker

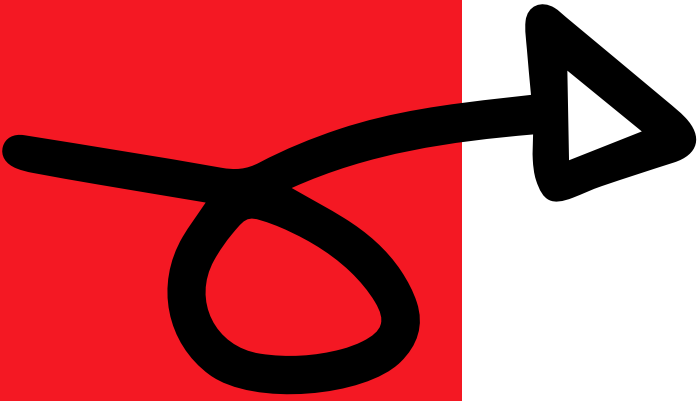
- Manager des technologies innovantes dans différents contextes.
- IOT : découverte de leurs possibilités, choix technologiques et justification-prototypage.
- Faire les premier pas sur une application smartphone (Mockup-Architecture client/ serveur - faire des appels à une APIrestJSON).
- Développement de l'application test de la solution. Découvrir les chabots, et les possibilités de maquettage rapide.

digital world

- Les démarches et outils du marketing digital incontournables pour lancer une activité.
- Le module s'articule autour de 5 thématiques :
 - 1. Site web & SEO Outils : Similarweb / Screaming Frog/ Google Webmaster Tool.
 - 2. SEA Outils : Adwords— Keyword planner.
 - 3. Display Outils : Adwords— Display Planner/ FbAudience — Business.
 - 4. Content Marketing Outils: TrueSocial Metrics/ Power BI / API réseaux sociaux.
 - 5. Performance digitale Outils : Google Analytics & Tag Manager.
- D'autres canaux d'acquisition seront évoqués durant le cours tels que l'emailing, l'affiliation etc...

proposition

- Data et privacy, le juridique des donnée.
- La notion de valeur ajoutée et de valeur perçue.
- Le marketing des influenceurs.
- Produire, diffuser et analyser du contenu sur les réseaux sociaux.
- Construire un business plan.
- Concevoir un plan de communication (interne ou externe).
- « Pitcher » son projet et le défendre, travailler le story telling.

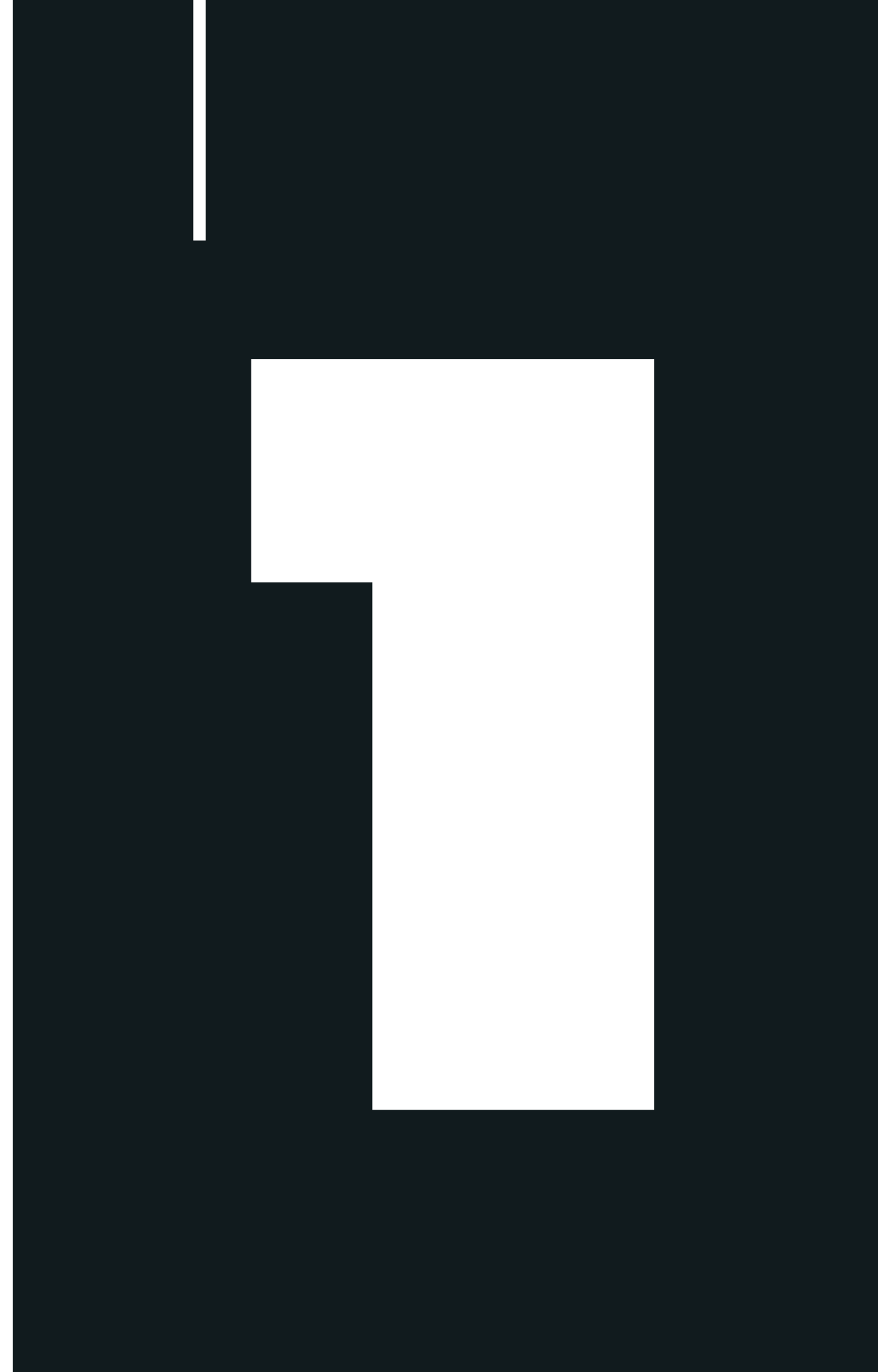


MOMENTS FORTS LES ACTUS DU DIGITAL

PAR GROUPE



Les « digital hot topics » (qui fait quoi, qui achète quoi ? dans le digital world...)
format "online" style facebook live



MOMENTS

FORTS

MILESTONE

PAR GROUPE



Des présentations intermédiaires de vos projets aux coaches



MOMENTS **FORTS** **LE PROJET** **TANGO**

PAR GROUPE AVEC L'INP



Des équipes mixtes avec l'INP qui travaillent
comme consultants sur les projets



Quelques « Verbatims »

DE LA PART
DES ANCIENS

*just for
you*

Digital
Marketing
Factory

Points forts

Cours très intéressant et concret rendu passionnant par une enseignante souriante et dynamique. Les thématiques abordées (Innovation, Design Thinking, Mindmapping, Pitch, Business Model ou encore Lean startup) sont en lien avec ce qui est recherché par les entreprises. La pédagogie du cours elle-même est innovante : aucun support papier et mise en pratique directe de chaque notion. Cela facilite la mémorisation tout en "s'amusant". Enfin, de nombreux outils sont donnés pour continuer de mettre en pratique les thèmes rencontrés (Trello, Mindjet). Merci à [redacted] pour nous avoir transmis sa passion.

Un cours très complet qui permet en seulement deux semaines de monter en compétences sur les sujets digitaux. Les qualités pédagogiques de l'enseignant qui n'hésite pas à se rendre disponible pour nous faire avancer sur nos sujets. La pluralité des outils présentés en cours et la technicité du vocabulaire enseigné (de vrais atouts pour nos cv!). La simulation Simbound qui est ludique et claire.

En plus d'être pédagogue, [redacted] est à l'écoute de ses élèves et n'hésite pas à les aider dans tous les aspects du projet : merci beaucoup ! Module Digital Maker : super module ! Découverte de matières innovantes (Fablab, chatbot, robots, IoT) ce qui constituera un réel atout pour nos CV. Bien plus, le mode d'apprentissage (peu de supports PPT et beaucoup de mise en pratique) est particulièrement efficace pour monter en compétence. On en redemande ! Parcours Marketing Digital Factory : Excellent parcours ! Formateur, innovant et ludique, il permet de former de futurs "makers" à créer de nouvelles idées en permanence tout en ayant une connaissance structurée du marché et des processus d'idéations. La pédagogie enseignée représente complètement le futur des écoles (learning by doing). En quatre mois, nous apprenons beaucoup sur de nouvelles matières, des façons de travailler et, surtout, de la collaboration entre étudiants d'univers différents.

Un cours très clair et structuré qui est enrichi par la grande expérience [redacted]. Les qualités pédagogique [redacted] qui permettent véritablement d'approfondir la partie communication du projet. Bien plus, ce cours permet de passer d'une démarche stratégique à des actions concrètes et chiffrées. Enfin, les différents intervenants [redacted] apportent une réelle plus-value à ce cours !

Axes d'amélioration

Une fois la phase de prototypage testée, il pourrait être intéressant (pour les personnes qui souhaitent) de présenter leur projet à la classe afin de récolter des retours.

Il faudrait revoir la planification des cours car il y a beaucoup d'informations à assimiler. En deux semaines, le rythme est dense et ne permet pas de prise de recul sur les concepts enseignés.

Ce parcours, véritable pépite, mériterait d'être plus mis en avant au sein de GEM et en dehors de façon plus générale (réseaux sociaux, médias traditionnels, plaquette de présentation, interview, etc...).

Peut-être avancer l'intervention [redacted] qui apporte des éléments utiles et judicieux à mettre en place dans nos projets.



QUESTIONS ?

AVEC PLAISIR

Ivan Laurens

chef : ivan.laurens@grenoble-em.com

Christian Rivet

inventeur : christian.rivet@grenoble-em.com