

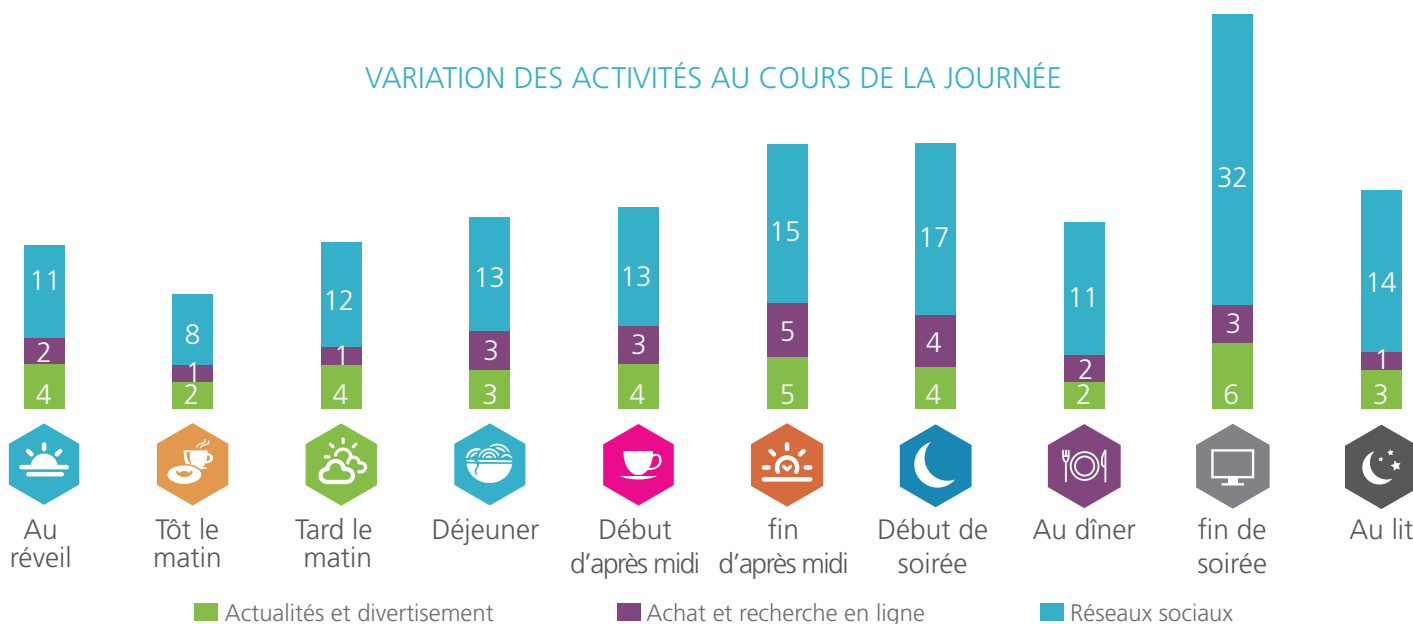
## LES RESSOURCES HUMAINES DE VOTRE ENTREPRISE SONT-ELLES PRÊTES À RELEVER LE DÉFI DU MARKETING DIGITAL ?

La dernière étude de TNS Analysis sur les consommateurs mauriciens, publiée en 2016, montre l'importance désormais du digital dans le marketing et les ventes des entreprises mauriciennes.

Le mot exact utilisé par TNS est "l'internet est devenu mainstream" à Maurice ». Pourquoi? Plus de 55% des Mauriciens sont connectés régulièrement, surtout avec leur portable. En moyenne, le Mauricien connecté passe plus de 4 heures par jour sur internet! **Le mobile est privilégié pour les jeux occasionnels, la messagerie instantanée, la banque en ligne.** Les réseaux sociaux sont aussi bien consultés sur mobile, ordinateur portable et ordinateur de bureau. L'ordinateur portable est plus utilisé pour l'achat de produits en ligne. Il permet aussi de visionner les vidéos en ligne au même titre que l'ordinateur de bureau. Les messageries instantanées les plus utilisées sont Skype (40% de la population), WhatsApp (38%) et Facebook Messenger (40%).

Le processus d'achat et de décision du Mauricien est ainsi de plus en plus influencé par ce qu'il va lire, voir ou écouter sur internet. Notons que même s'il achète encore peu en ligne, il consulte et se renseigne, notamment sur les prix et les produits en ligne. Et cela pendant toute sa journée, jusqu'au coucher.

### VARIATION DES ACTIVITÉS AU COURS DE LA JOURNÉE



Source : TNS Connected Life Mauritius 2016















## QUELLES SONT LES IMPLICATIONS POUR VOTRE ENTREPRISE ET SURTOUT VOS ÉQUIPES ?

Il semble évident que les entreprises doivent se préparer et se former dans les différents domaines du digital. Il ne s'agit pas forcément d'internaliser les fonctions techniques comme la création de site ou de campagne de publicité internet, mais les équipes, surtout le département du marketing et des ventes ne peuvent plus faire l'économie de pas être formées aux techniques, aux stratégies spécifiques et aux outils, au risque de perdre des parts de marché. La compétition s'internationalise pour l'ensemble des marques et entreprises mauriciennes, et cela touche aussi bien le BtoB (Business To Business) que le Mass market ou BtoC (Business To Consumer).

Les tendances du recrutement sur le marché local confirment cet état des lieux et le besoin criant en nouveaux talents dans le marketing digital notamment. Or ces talents sont rares car les écoles et universités tardent à les mettre en place, mais surtout manquent d'expertise dans ces domaines.

C'est pourquoi AIM, en partenariat avec l'Université Paris Dauphine et des professionnels reconnus comme ceux de l'agence Extrême Sensio, leader en marketing digital et communication intégrée en France, offre **un ensemble de formations** spécialisées dans le digital. Ces formations font partie intégrante du programme du Executive Master en Marketing spécialisé dans le digital et le retail.

## FORMATIONS SPÉCIALISÉES MARKETING DIGITAL, RETAIL ET STRATÉGIE

	SÉMINAIRES	DURÉE (hrs)	EN COLLABORATION AVEC	DATE	INTERVENANTS
 DIGITAL	eCommerce : lancer ou améliorer son projet	21		06 – 08 juin 2016	Henri Isaac
	Communiquer sur les réseaux sociaux	21		21 – 24 septembre 2016	Mélanie Hossler
	Etablir un plan de communication digitale	21		12 – 15 octobre 2016	Sandrine Paganelli
	Customer Relationship Management (CRM)	21		08 – 11 mars 2017	Henri Isaac
 MARKETING STRATEGIQUE	Segmenter, Cibler et se Positionner sur son marché	21		04 – 07 mai 2016	Virginie Villeneuve
	Définir son plan marketing	21		25 – 28 mai 2016	Sylvie Rolland
	Décrypter les tendances et nouveaux comportements des consommateurs	21		08 – 11 juin 2016	Denis Darpy
	Optimiser le management de la marque	21		06 – 09 juillet 2016	Florence Benoit-Moreau
 RETAIL MANAGEMENT	Mettre en place sa stratégie Retail	21		16 – 19 novembre 2016	Paul Foegle
	Optimiser les ventes : Category management et le Merchandising	21		07 – 10 décembre 2016	Valérie Renaudin
	Former les ambassadeurs de marques (marketing du luxe)	21		08 – 11 février 2017	Michaela Merk

Ces séminaires spécialisés sont des modules de l'Executive Master en Marketing, Spécialisation Digital et Retail, offert par AIM en partenariat avec l'Université Paris Dauphine à Maurice.

Toutes les formations sont MQA registered et HRDC refund

**MAI 2016**

**EXECUTIVE MASTER en MARKETING**

**MODULES DIGITAL & RETAIL**

