

UBA ACADEMY

Quality training for advertisers

23
NOUVELLES
FORMATIONS



PROGRAMME 2018

powered by:



UBA

Taking brands further

Votre domaine professionnel évolue en permanence. Que vous soyez à l'aube d'une ambitieuse carrière ou que vous ayez déjà fait vos preuves, parfaire vos connaissances et vous développer reste essentiel.

L'UBA Academy vous offre une large gamme de formations en communication conçues pour améliorer votre efficacité immédiate, vous aider à développer vos compétences et vous épauler dans un environnement complexe en évolution constante.

NOTRE OFFRE

Nous développons des solutions d'apprentissage pour tous les annonceurs, et à tout moment de votre carrière. Quel que soit votre niveau dans l'organisation. Le résultat ? Une offre pertinente, qui répond précisément à vos besoins :

Le Communication Management College :

Une nouvelle fonction se dessine pour vous en marketing/communication ? Vous souhaitez une solide initiation à la communication ? Dans ce cas, optez pour notre formation en 5 jours qui vous mettra sur les rails du succès.

Les Communication Master Classes :

Réinventez-vous. Avec ces formations courtes d'une demi-journée, vous atteignez un niveau d'expertise approfondi dans des compétences spécifiques ou dans un domaine en particulier.

Les Summer Workshops :

Accélérez le développement de vos connaissances lors de nos ateliers d'été. Organisés sur 1 ou 2 jours, les workshops vous fournissent les outils pour exercer aujourd'hui les compétences de demain.

**En 2017, 1581 professionnels ont profité de nos
92 formations en communication.**

Les formations sont publiées progressivement sur notre site, consultez régulièrement l'agenda. Les membres UBA sont informés chaque trimestre via e-mail du programme à venir.

POURQUOI PARTICIPER ?

En tant qu'annonceur et membre UBA, vous bénéficiez de 3 avantages majeurs et exclusifs :

Des formations construites sur mesure pour les annonceurs :

- La **pertinence du contenu** pour un public annonceurs forme le cœur des formations de l'UBA Academy.
- Les intervenants vous transmettent une expertise **adaptée à votre réalité d'annonceur**, l'approche est concrète, la méthode interactive.

Priorité à la qualité :

- **Des formateurs de haut niveau** : Les intervenants sont des spécialistes de la communication sélectionnés par l'UBA. Ce sont des professionnels actifs issus du monde des annonceurs - agences - médias. Des experts reconnus et passionnés. Consultez la liste des orateurs sur notre site web.
- **Orienté résultats** : Chaque formation fait l'objet d'une préparation rigoureuse et d'une évaluation par les participants. Ils sont invités à s'exprimer sur le contenu, le dynamisme et les qualités pédagogiques du formateur. Nos formations obtiennent **un score d'évaluation moyen supérieur à 90 %** !

Avantage exclusif pour les membres de l'UBA :

- Toutes les formations de l'UBA Academy, à l'exception des 'Summer Workshops', sont **couvertes par la cotisation annuelle de membre UBA**.
- Les non-membres paient **375 €** par Communication Master Class (formation d'une demi-journée) et **3.000 €** pour participer au Communication Management College (cycle de cinq jours).

Les formations de l'UBA sont toujours de très bonne qualité avec des formateurs motivés qui partagent leur expérience avec pertinence et passion !

*Anthony Pisano,
Expert digital, Sodexo*

- ▶ **Pertinence** des formations sur mesure pour annonceurs, pointues et concrètes
- ▶ **Qualité** des formations délivrées par des experts reconnus du secteur
- ▶ **Économie** des formations couvertes par la cotisation de membre UBA

COMMUNICATION MANAGEMENT COLLEGE

*Le très prisé Communication Management College est une formation de cinq jours, **spécialement construite pour les responsables juniors**. Pas moins de 14 professionnels réputés viennent partager leur passion et leur expertise. La formation se distingue par son caractère pratique et concret. Les orateurs illustrent leur exposé d'une multitude d'études de cas parlants et actuels.*

Programme

Le programme est réparti sur 5 mois, à raison d'un jour par mois. Deux cycles sont organisés par année, le premier au printemps, le deuxième à l'automne.

- **Jour 1 | La stratégie de communication**
Communication Marketing et stratégie de marque | Comment fonctionne la communication ? | Comprendre le groupe cible, des données à l'inspiration | La marque et le consommateur dans le monde

- **Jour 2 | Le processus de communication**
Brand Activation | Du numérique à l'automatisation en passant par les réseaux sociaux | Planning stratégique et Créativité média

- **Jour 3 | Les concepts de communication**
Un briefing stratégique et inspirant | Du briefing à la campagne, le processus créatif et de production | Penser 360° "out of the box"

- **Jour 4 | Les partenaires de communication**
Les agences et les autres partenaires | Les acteurs média | Les bureaux d'étude | Closing circles

- **Jour 5 | Workshop 'Case Writing'**
Pour ceux qui réalisent un travail en vue de l'obtention du diplôme (optionnel)



Le Communication Management College est une occasion parfaite pour rafraîchir les connaissances de base, en amasser de nouvelles, avoir une vision de comment cela se passe dans les autres sociétés et acquérir un maximum d'inspiration. Je le recommande !

*Clara Silkens,
Marketeer, Gezinsbond*

Conditions d'inscription

- Formation réservée exclusivement aux annonceurs.
- **Membre UBA** : La formation est couverte par la cotisation annuelle de l'entreprise. Chaque société peut inscrire 1 personne par an. Les sociétés qui paient une cotisation UBA supérieure à 3.000 €/an peuvent inscrire 2 personnes par an, soit 1 personne par cycle (printemps, automne).
- **Non-membre** : 3.000 € (htva).
- Plus d'info et inscriptions sur www.ubabelgium.be

Le Diplôme "The Principles of Communication"

Les participants au Communication Management College peuvent obtenir le diplôme de l'UBA Academy : "The Principles of Communication". Ce diplôme couronne la participation active au programme complet du Communication Management College et la réussite d'un travail défendu oralement devant un jury de professionnels du secteur.

Le travail vous permet de faire un lien concret entre la formation et les défis de votre entreprise. Avec le feedback des professionnels de haut niveau qui composent le jury, vous assurez le ROI de votre formation.

*Anne-Sophie Vilain,
Training Manager, UBA Academy*



COMMUNICATION MASTER CLASS

*La Communication Master Class est une formation courte d'une **demi-journée** qui traite d'un **sujet pointu** et propose un apprentissage concret, ancré dans la réalité du marché. Des professionnels réputés issus du monde des entreprises viennent partager leur expertise. Ils expliquent les évolutions du métier, présentent des cas pertinents, communiquent les règles d'or et enseignent les étapes essentielles.*

Programme

Le programme offre plus de 80 formations réparties sur l'année. Chaque session aborde un thème différent. Vous choisissez à la carte les sujets qui vous intéressent.

L'UBA investit résolument dans l'UBA Academy afin de former les annonceurs. L'association assume ainsi sa responsabilité et joue un rôle majeur dans le paysage publicitaire.

*Luc Suykens,
Harley Procter Marketing Director,
Procter & Gamble*



Testimonials de participants

Le cours Digital Storytelling a été donné de façon très inspirante et très communicative ! On a directement envie de s'y mettre !

*Katrien Salens, Marketing & Communications
Business Consultant, PwC*

Une formation très axée sur la pratique, une révélation ! Même si elle ne dure que 3 heures et demie, elle se consacre au maximum à la pratique. Le livre qui nous a été remis est une véritable valeur ajoutée.

*Lore Cauwels,
Brand Manager, Colruyt Group*

Outre la qualité indéniable de la formation et le professionnalisme du formateur, j'ai apprécié le bilinguisme, l'ouverture d'esprit des participants et la mixité des industries représentées.

*Patrick Siméons,
Head of marketing & communication,
Puilaetco Dewaay Private Bankers*

Cette formation était très instructive et intéressante. Tout a été décrypté avec clarté, au moyen de cas et d'exemples concrets. Nous avons reçu des outils pratiques et des astuces à appliquer directement dans la vie réelle. L'orateur avait manifestement une vaste connaissance et un pied dans la matière, qu'il a par ailleurs présentée de manière structurée et constructive. À conseiller absolument !

*Jo Boone,
Marketing Category Specialist, Delhaize*

Assister à une formation sur une thématique qui vous intéresse est toujours à double tranchant : on peut y perdre son temps et ne rien y apprendre ou, assister, sans voix, à une présentation qui est hors de votre niveau. Rien de tout ça ici... Niveau de la formation adapté, expertise de l'oratrice et proximité de l'échange. Ce sont 3h de formation qui ont valu la peine !

*Carol Dannevoye,
Project Manager Commerce, UCM*

1. Agency Management

- **Agency Remuneration** NL
Comment rémunérer mon agence de communication ?

- **NEW Agency Roster** NL
Comment définir le panel d'agences qui correspond le mieux au besoin de ma société ?

- **Agency Selection** NL
Comment sélectionner mon agence de communication ?

- **Brand & Packaging Design** NL
Comment gérer avec brio une mission de conception de marque/packageging ?

- **Client Brief** FR/NL
Comment donner un briefing efficace ?

- **Customerproof Copy** NL
Comment savoir si mes textes publicitaires ont un impact optimal ?

- **Judging Creativity** FR + NL
Comment évaluer la proposition créative de mon agence ?

- **Media Agency Management** NL
Comment tirer le meilleur parti de mon agence média ?

- **NEW Media Pitch** NL
Comment organiser un pitch média ?
Et au fond... est-ce nécessaire ?

- **Packaging Design & Techniques** NL
Comment gérer les implications techniques d'une mission de packaging design ?

2. B2B

- **NEW B2B Blogging** NL
Comment planifier et gérer le contenu de blog qui vous aidera à atteindre vos objectifs marketing B2B ?

- **B2B Social Content Strategy** FR
Comment améliorer l'intégration des réseaux sociaux dans ma stratégie de contenu B2B ?

- **B2B Social Media** NL
Comment améliorer l'intégration des réseaux sociaux dans ma campagne de communication ?

- **B2B Social Strategy** NL
Comment construire une stratégie médias sociaux durable dans un environnement B2B ?



3. Content Marketing

- **Content Briefing** FR/NL
Comment rédiger un briefing pour une agence, une stratégie ou une campagne de Content Marketing ?

- **Content Marketing Strategy** NL
Comment mettre en place ma stratégie de content marketing ?

- **E-communication** FR
Comment réussir mes newsletters et e-mailings ?

- **E-mail Marketing** NL
Comment m'assurer que mes campagnes e-mail suscitent une réaction optimale ?

- **Growth Hacking** FR + NL
Comment augmenter mon trafic web avec le Growth Hacking ?

- **Influencer e-marketing** FR + NL
Comment faire en sorte que les influenceurs transmettent les 'bons' messages ?

- **NEW Search Engine Automation** FR/NL
Comment maîtriser les solutions d'automatisation pour mon Search marketing ?

- **Web Content Strategy** FR + NL
Comment mettre en place ma stratégie de contenu web ?

- **Website Optimisation** FR
Comment booster le taux de conversion de mon site par l'éditorial ?

4. Corporate & HR

- **Business Model Innovation** NL
Comment préparer mon organisation aux nouveaux marchés ?

- **Change Management** NL
Comment inclure tout le monde dans un parcours de changement ?

- **Employer Marketing** NL
Comment construire une marque plus forte de l'intérieur ?

- **Internal Communication** NL
Comment faire de mes collaborateurs les ambassadeurs de mon entreprise ?

- **Lego Serious Play** NL
Comment activer et révéler les connaissances de chacun lors d'un atelier ?

- **NEW Smarketing** NL
Comment l'alignement de Ventes et Marketing peut-il générer plus de focus, un meilleur business et un retour sur investissement plus élevé ?

5. Marketing Technology

- **NEW Graphics for Marketeers** NL
De quoi parlent les designers ?

- **Innovative Visual Marketing** NL
Comment appliquer ma stratégie de marketing visuel aux différentes évolutions on- and offline ?

- **Marketing Automation** FR + NL
Comment déployer le marketing programmatique dans mon entreprise, sans tomber dans ses pièges ?

- **Virtual Reality Marketing** NL
Qu'est-ce que le virtual reality marketing et comment produire et distribuer des vidéos à 360° ?

6. Omnichannel & Sales

- **In Store Communication** FR/NL
Comment assurer un impact maximal de ma communication in-store sur le comportement d'achat ?

- **NEW Customer Delight Management** NL
Comment intégrer la satisfaction du client dans mon service commercial ?

- **NEW Masterful Sales Presentations** NL
Comment maîtriser mes présentations commerciales pour convaincre les clients et faire croître ma société ?

- **NEW Omnichannel Marketing** NL
Comment optimiser mon approche omnichannel ?

- **NEW Sales Management Optimization** NL
Comment briser les codes du sales management ?

- **NEW Sales Performance Measurement** NL
Comment mesurer et améliorer mes performances commerciales : quels sont les nouveaux KPI's ?



7. Paid Media

- **Digital Opportunity** FR
Quels sont les opportunités, enjeux et limites du marché digital ? Concepts de base

- **Media Management** NL
Agences, régies, agences médias...
Qui fait quoi et comment collaborer efficacement ?

- **Mediaplan Evaluation** NL
Comment évaluer la valeur de mon plan média ? Concepts de base

- **Mobile Opportunity** FR
Comment tirer profit des développements du mobile ?

- **TV Production** NL
Quels sont les facteurs de réussite pour la production de mon spot tv ?

8. Public Affairs & Regulation

- **NEW Legal Issues in Digital Marketing** FR/NL
Quelles sont les opportunités et limites juridiques dont les marketeers digitaux doivent tenir compte pour dominer les risques ?

- **NEW Reputation & Crisis Communication** NL
Comment les marketeers et les spécialistes en RP peuvent-ils mieux collaborer en cas de crise ?

9. Research, Data & ROI

- **NEW Advertising Efficiency** FR
Comment optimiser l'impact effectif de ma campagne et impliquer mon audience dans les messages et l'histoire de ma marque ?

- **Consumer Insights** FR + NL
Qu'est-ce qu'un 'insight' pertinent et comment conduit-il au succès de ma marque ?

- **Customer Experience Measurement** FR
Comment mesurer la satisfaction client pour améliorer l'expérience client ?

- **Digital Effectiveness** FR
Comment monitorer une campagne digitale ?

- **NEW Digital Media Audit** NL
Comment contrôler de manière approfondie les dépenses et les performances en matière de médias numériques dans mon entreprise ?

- **Effie info Class** FR/NL
Comment gagner un Effie ?

- **Google Analytics** FR
Comment mesurer, analyser et évaluer ma présence en ligne ?

- **Media Audit** NL
Quelle est la valeur ajoutée d'un audit pour contrôler mon budget média ?

- **NEW Mobile Measurement & Attribution** FR/NL
Comment mesurer et attribuer mes performances online dans un monde mobile-first ?

- **NEW Search Engine Optimisation** NL
Comment comprendre les algorithmes SEO et les exploiter pour arriver en tête des résultats des moteurs de recherche ?

- **NEW Social Media Data** FR
Comment maîtriser les possibilités de ciblage de Facebook/Instagram pour doper mon marketing digital?

10. Skills

- **Digital Storytelling** NL
Comment affiner mes compétences en storytelling et les traduire en un récit transmédia ?

- **Leader Attitude** FR
Comment adopter l'attitude qui m'ouvrira toutes les portes ?

- **Media Training** NL
Comment préparer et réussir mon entretien avec les journalistes ?

- **Presentation Skills** FR
Comment présenter avec pertinence ?

- **NEW Presentation Thinking** NL
Comment aller au but et créer plus d'impact ?

- **Selling Ideas** FR
Comment m'inspirer des grands communicateurs pour mieux vendre mes projets ?

- **NEW Smartphone Video** NL
Comment réaliser un reportage vidéo pour les médias sociaux de A à Z, avec mon smartphone ?

- **Storytelling in Presentations** NL
Comment convaincre un public et parler de façon concise et inspirante ?

11. Sponsoring & Events

- **Event Briefing** FR/NL
Comment briefer une agence événementielle ?

- **Fairs/Events & ROI** FR
Comment mesurer le ROI de la participation de mon entreprise à un salon ou un événement ?

- **Sponsoring Contract** ENG
Comment négocier un contrat de sponsoring en béton ?

- **Sponsorship Impact** ENG
Comment garantir l'efficacité et l'impact de mes programmes de sponsoring ?

12. Strategy & Branding

- **Branding Constellations** NL
Comment créer de la croissance et des relations de marque solides via une approche systémique ?

- **Customer Experience Management** FR
Comment le marketing peut-il prendre l'initiative sur ce nouveau champ de bataille ?

- **Digital Integration** NL
Comment utiliser le marketing numérique de façon stratégique ?

- **Digital Strategy** FR + NL
Comment développer un plan marketing digital et optimiser l'utilisation des différents canaux ?

- **NEW Digital Transformation** NL
Comment numériser durablement mon business ?

- **Ethnic Marketing** NL
Comment aborder ce marché en expansion ?

- **Identity & Branding** NL
 Comment gérer l'identité de ma marque dans un monde fragmenté ?

- **Innovative Digital Strategy** NL
 Quel est le pouvoir de la transformation numérique et comment m'influence-t-elle en tant que marketer et consommateur ?

- **My Brand Definition** NL
 Comment définir ma marque avec pertinence ?

- **Plan Efficiency (Beginner + Advanced)** NL
 Comment établir un plan efficace ? De la vision à l'action en 1 A4 avec la méthode OGSM

- **NEW Social Strategy** NL
 Comment construire une stratégie médias sociaux durable ?

- **NEW Video Branding** FR
 Comment faire émerger votre marque dans l'océan des vidéos numériques ?

- **Visual Identity** NL
 Comment construire mon identité visuelle en 10 étapes ?

Conditions d'inscription

- **Membre UBA** : Toutes les formations sont couvertes par la cotisation annuelle de l'entreprise. Maximum 2 inscriptions par session par société.
- **Non-membre** : 375 € (htva) / Master Class.
- Plus d'info et inscriptions sur www.ubabelgium.be

SUMMER WORKSHOPS

L'UBA développe chaque été des workshops originaux, proposés aux membres UBA à des conditions avantageuses.

Talent Boost Camp

Deux journées consécutives réservées au middle et senior management, dans un cadre verdoyant. Le Talent Boost Camp aborde les 12 nouveaux rôles du marketeer moderne et se penche sur 4 talents particuliers que vous exercez lors d'ateliers interactifs : Trendwatcher, Innovator, Do-gooder, Storyteller. La formatrice vous fournit les outils et l'inspiration pour camper les différents rôles.



Brainstorm to Results

Vous désirez inciter vos collaborateurs (et vous-même) à briser la routine, à transformer les réunions ennuyeuses en ateliers créatifs et à introduire une nouvelle manière avant-gardiste et commune de penser, d'imaginer et de créer en faisant preuve de créativité ? Ce workshop d'une journée vous permet de tirer davantage de résultats de votre brainstorming.

Workshop particulièrement interactif avec du temps pour des questions pratiques concrètes, traitées en groupes.

*Anne-Michaëlle Leroy, Product Manager,
Saint-Gobain Construction Products Belgium*

Veerle possède une passion et une inspiration qu'elle libère et insémine auprès de chacun d'entre nous. Ce Talent Boost Camp mérite amplement son nom !

*Thierry Hankard,
Segment Marketeer, ING*

NEW Talent Boost Camp - Session 2

Cet atelier est réservé aux membres qui ont suivi le premier workshop. Il revient sur ce qui a été appris, traite des difficultés rencontrées lors de la mise en pratique et vous invite à camper 2 nouveaux talents : Coach et Strategist.

Stakeholder Engagement

Vous voulez améliorer les relations avec vos principaux groupes cibles internes et externes et créer une base sociale durable pour le développement et l'application réussie d'idées porteuses d'avenir ? Ce workshop d'une journée vous apprendra comment susciter la contribution, l'adhésion et l'engagement des parties prenantes internes et externes.

TEAMTRAINING LINE NEW

Vous souhaitez une formation pour votre équipe ? Vous voulez mettre l'accent sur votre situation et sur votre secteur ? Vous organisez une formation au sein de votre entreprise ? Grâce à notre réseau de formateurs, nous pouvons vous recommander des experts de qualité.

Nous vous aidons à identifier quelle formation dans notre programme répond le mieux à votre besoin et vous mettons en contact avec les formateurs les plus appropriés.

Utilisez notre Teamtraining Line sur notre site, page « UBA Care ».

PLUS D'INFO ?

Contactez



Anne-Sophie Vilain
Training Manager
annesophie@ubabelgium.be
02 881 03 78



Joanne Reyners
Training Coordinator
joanne@ubabelgium.be
02 881 03 79

UBA Academy, training@ubabelgium.be



L'UBA Academy a reçu le prix **WFA President's Award 2013 for industry leadership**

Plus d'info et inscriptions sur www.ubabelgium.be

My UBA

Vous voulez être tenu au courant de nos nouvelles formations ? Sur notre site, les membres UBA peuvent cocher leurs domaines d'intérêts dans 'My UBA'. Sur base de cela, vous recevrez du contenu sur mesure.

Pas encore membre ?

Contactez Mia Venken, COO, mia@ubabelgium.be, 0477 44 51 04, pour plus d'info sur les avantages de l'affiliation UBA et une offre sans engagement.

**Les formations sont données à l'UBA
dans le bâtiment Buro & Design Center.**



L'UBA Academy dispose de sa propre salle où se déroulent toutes les formations.
Adresse : Esplanade 1 - box 8, 1020 Bruxelles. Nos bureaux se situent au 6ème étage.
B&D est accessible facilement en transports en commun ainsi qu'en voiture.
Un parking gratuit est mis à disposition de nos visiteurs.



Éditeur responsable : Union Belge des Annonceurs,
Esplanade 1 box 8, 1020 Bruxelles, www.ubabelgium.be

UBA

Taking brands further