

Affluencers

Master of Science

Giuseppe Attanasi

Professeur en Sciences Economiques
GREDEG, Université Côte d'Azur

www.giuseppeattanasi.com

Théorie de la Décision, Economie Expérimentale et Comportementale

Théorie des Jeux Psychologiques, Experimentics
CoCoLab (Complexity and Cognition Lab)

Master of Science

Affluencers :

- 23% des millionnaires d'aujourd'hui sont des millennials
- segment le plus précieux de la génération Y
- représentent l'avenir des métiers de l'art de vivre
- premiers clients du luxe

Formation MSc par projet pour créer de l'expertise et de la valeur économique à partir de l'analyse sophistiquée des données sur les affluencers.

Structure du diplôme

Tronc commun de connaissances fondamentales :

- Consumer Analytics – fundamentals
- Affluent Millennials – fundamentals
- Data Analysis – fundamentals
- Affluent Millennials – Startup Bootcamp

Deux options de parcours :

- 1) Glamtech : Digital Business/Marketing skills
- 2) Glamtech : Digital Analysis skills

Semestres impairs :

- S1: 258 heures; S3: 280 heures
- Organisées comme séminaires professionnels avec TD intégrés

Semestres pairs :

- Deux périodes de stage en S2 et S4
- 50 heures d'accompagnement prévues (par semestre) pour le groupe d'étudiants (suivi de stage)

Objectifs Scientifiques



IDENTIFIER

Les Affluencers et leur système d'influence



PRÉDIRE

Les comportements futurs des consommateurs



DÉTECTER

Les signaux faibles et les tendances



ELABORER

Les stratégies Go-to Market pour les marques et pour les investisseurs



COMPRENDRE

Les nouvelles données et les émotions suscitées par le digital

Enjeux Scientifiques



DEEP LEARNING

Sourcer 100 millions d'affluencers d'Est en Ouest sur tous les réseaux sociaux et appliquer les algorithmes de reconnaissance d'image et d'analyse sémantique permettant d'analyser les tendances



EMOTION RECOGNITION

Au delà de la connaissance des datas, comment comprendre les émotions ressenties devant un smartphone pour mesurer la connexion à la marque et les intentions d'achat



EXPERTISE DU LUXE ET DE L'ART DE VIVRE

Comment segmenter les marques et les produits ainsi que les concepts associés à l'art de vivre (authenticité, créativité, savoir-faire...) pour distinguer les tendances de fond du bruit des millions de posts emis au quotidien? Seule l'intégration d'experts du secteur aux équipes technologiques permettra d'établir une cartographie à même de devenir un standard pour l'industrie du luxe

Recrutement des étudiants

- Diplômés en Licence d'Économie-Gestion, Licence Sciences et Technologies, Écoles de Commerce
- Diplômés en Master Data Science à la recherche d'une expertise complémentaire spécifique
- Tout étudiant intéressé par le secteur et par l'acquisition d'une double compétence.

Un lien organique avec la recherche transdisciplinaire

QUOI?

DEEP LEARNING

SOURCING
&
ALGORITHMES

EXPERTISE DU LUXE

SEGMENTATION DES
AFFLUENCERS
&
DES BIENS PERSONNELS DE LUXE

EMOTION RECOGNITION

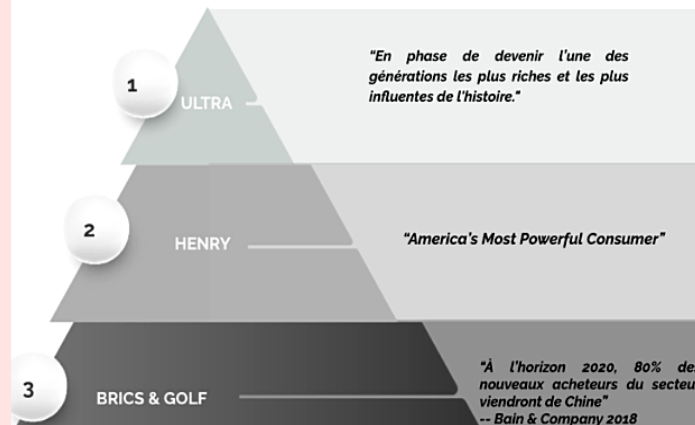
EMOTIONS
&
ANALYSES
EXPERIMENTIELLES

COMMENT?

#deeplearning
#image recognition
#Deep Neural Network #Active #Learning
systems



#ultraHNWI, #Henrys, #Brics, #personal
luxury Goods,
#Luxury experiences,
#Luxury toys



#cognition#interaction
#physiologie électrodermale
#FaceReader®
#oculométrie
#électroencéphalographie #EEG-olfaction
#merveilleusement, #authenticité



PLATEFORME TECHNOLOGIQUE DE RECHERCHE SUR LE
COMPORTEMENT HUMAIN, L'ACTIVITÉ
ÉLECTROPHYSIOLOGIQUE ET LE PROCESSUS
ÉMOTIONNEL DE DÉCISION