

CALENDRIER 2019: LES GRANDS RENDEZ-VOUS À NE PAS MANQUER

1^{er} semestre 2019



ACCÉLÉRATEUR DE COMPÉTENCES

Chaque lundi, en 3e cahier des Echos, une analyse transversale des métiers complémentaire à l'analyse sectorielle des deux cahiers quotidiens. Un traitement éditorial qui mixe :

- Expertise, pour évoluer dans sa fonction
- Témoignages, pour enrichir ses compétences
- Conseils pratiques, pour se valoriser au sein de sa communauté
- 129 089 exemplaires chaque jour et 30% d'abonnés digitaux
- 693 000 lecteurs
- 452 000 lecteurs Premium

Source : ACPM PV 2018 - DFP Les Echos / ONE 2017 / Premium 2017

- 07/01** Les grands chantiers par fonction des entreprises en 2019
- 14/01** Accueil client, le poids de l'IA
- 21/01** Mécénats de compétences
- 28/01** Uberisation: où en est-on ?
- 04/02** Les entreprises face aux auditeurs
- 11/02** Se former tout au long de sa carrière
- 18/02** Transformation positive: les PME aussi!
- 25/02** Les métiers du numérique incontournables pour votre entreprise
- 04/03** Spécial femmes, parité: mode d'emploi
- 11/03** Classement Avocats Chambers
- 18/03** Ces entreprises qui redynamisent les territoires
- 25/03** Les langues dans l'entreprise
- 01/04** Bien-être au travail : vœu pieux ou nécessité
- 08/04** Salaires : combien gagnent les dirigeants et managers
- 15/04** 20 recommandations pour faire des entreprises française des championnes de l'IA
- 29/04** Afrique: pourquoi les entreprises françaises s'y précipitent
- 06/05** Nutrition : dernières techniques marketing-vente en vogue
- 13/05** Un coach, pour quoi faire ?
- 20/05** Vivatech
- 27/05** Handicap et achat responsable
- 03/06** Quitter Paris
- 17/06** Sport et entreprises
- 24/06** Bilan des assemblées générales
- 01/07** Brexit - ou – Classement Avocats Best Lawyers et Legal 500
- 08/07** Entreprises et créativité
- 02/09** Comment les relations entre grandes écoles, IAE (enseignement supérieur) et entreprises se resserrent



Marketing Overview

It is a process to allow an organization to focus resources on the greatest opportunities to increase sales and reduce the necessary costs. Marketing strategy is a plan to increase sales and achieve the advantages of a company's products and services. It is a plan to increase sales and achieve the advantages of a company's products and services. It is a plan to increase sales and achieve the advantages of a company's products and services.

Product Categories	Profit per Year				
	2013	2014	2015	2016	2017
General Goods	+500.82	-13.9	+935.82	+7207.75	+60.82
Health & Medical	-13.9	+82.94	+239.74	-239.00	-13.9
Art Supply	+82.94	+909.82	+82.94	+239.74	+82.94
Kids & Baby	+650.02	+7007.75	+82.94	+82.94	+82.94
Kitchen wear	-229.00	-229.00	+7207.75	+82.94	+82.94
Fashion	+797.75	+82.94	+82.94	+82.94	+82.94
Furniture	+239.74	-239.74	-229.00	+82.94	+239.74

Growth Percentage