

Affichage traditionnel, affichage interactif : utiliser la publicité extérieure à l'ère du numérique

INTERVENANTS

- Jean Minost, Directeur général – Havas Media France
- Caroline Meriaux, Directrice du marketing et de la communication – Clear Channel France
- Francis Moureaux, Directeur général – Affimétrie

OBJECTIF

■ Maîtriser les fonctions et utilisations de la publicité extérieure et tirer parti de ses atouts et de ses évolutions dans sa campagne.

PROGRAMME

1. Le marché français de la publicité extérieure

- Historique
- Panorama des acteurs et de l'offre

2. Les études d'audience et d'efficacité

- Audience : mobilité et cibles
- Efficacité : impact et ventes

3. La construction de campagne

- Le géomarketing et le médiaplanning
- Les tickets d'entrée
- Le process d'achat

4. L'utilisation stratégique du média

- La réponse de la publicité extérieure aux objectifs de communication
- La création, un facteur stratégique à maîtriser

5. L'affichage interactif et événementiel

- L'état des lieux
- Perspectives et enjeux

Les + de cette formation

- Des experts apportant des réponses concrètes issues de leurs propres expériences
- Identification des points clés, atouts et contraintes pour augmenter la pertinence d'une campagne
- Identification puis résolution des problématiques soulevées par les annonceurs
- Focus sur les nouvelles technologies : hypermobiles, nouveaux terminaux....

Informations pratiques

Public ■ Annonceurs : responsables et chargés de communication, coordinateurs médias, chefs de produit, élus locaux.

■ Agences (médias et communication) et régies publicitaires : directeurs de clientèle, chefs de publicité, départements études.

Durée 1 jour (9h00-13h00) / 7 heures

Date ■ 09/02/10 ■ 23/11/10 ■ 09/02/11

Tarif 992 € HT