

Internet : comprendre le média, réussir sa campagne

OFFRE
PACKAGE
Bien vendre
son média

OFFRE
PACKAGE
Coordinateur
médias

INTERVENANTS

- Intervenants issus d'une agence média en stratégie digitale
- En fonction de l'actualité, interviendront en complément :
Microsoft Advertising, Yahoo! France, Orange Publicité...

OBJECTIF

- Maîtriser les fonctions et utilisations du média Internet pour en tirer le meilleur parti possible dans sa campagne.

PROGRAMME

9h15-13h00

1. Le panorama des médias digitaux

- Chiffres clé internautes
- Le E-commerce
- Les principaux acteurs
- Les investissements

2. Internet, stratégie média

- E-pub
- Référencement
- Stratégie & tactique
- E-mailing
- Affiliation

3. Elaborer et piloter une stratégie on-line

- Définir les objectifs
- Mesure d'audience
- Mise en place de la stratégie (univers concurrence, offre publicitaire, médiaplanning)
- Présentation de cas
- Tracking et ciblage comportemental
- Post test

14H30 – 18H00

4. Web 2.0

- Stratégie E-CRM
- La marque média
- Jeux concours / Opérations on pack

5. Nouvelles présences publicitaires on-line

- Focus : vidéo sur Internet
- Focus : réseaux sociaux

Conclusion, évaluations

Les + de cette formation

- Un panorama complet du média, de son offre publicitaire et de ses dernières évolutions
- Un exemple de mise en place d'une campagne de A à Z
- Au terme de la journée, le CESP vous donnera accès à TIM, la dernière source d'information autour de la terminologie de la mesure d'audience

Informations pratiques

Public	■ Annonceurs : responsables et chargés de communication, coordinateurs médias, chefs de produit. ■ Agences (médias et communication) et régies publicitaires : directeurs de publicité et de clientèle, chefs de publicité, département études.
Durée	1 jour (9h00-18h00) / 7 heures
Date	7 sessions : 23/01/09 ■ 31/03/09 ■ 30/06/09 ■ 16/11/09 ■ 22/01/10 ■ 30/03/10 ■ 29/06/10
Tarif	1120 € HT