

La nouvelle façon de construire un plan de communication à l'heure de l'engagement planning

OFFRE
PACKAGE
Responsible
Hors-média/
Marketing direct

INTERVENANT

■ **Jérémy Dumont**, *Président de Pourquoi Tu Cours ?*

OBJECTIFS

■ Acquérir la méthode pour construire un plan d'action à 360°.

PROGRAMME

9h00-12h30

Introduction : Exercices en groupe autour de deux cas caractéristiques

1. La prise de conscience du 2.0 et l'impact sur le marketing, la communication, les médias, la création

Contexte socio-économique, points d'émergence et diffusion des mutations

- Nécessité d'avoir des stratégies à 360° : marketing, communication, médias, création
- Évolutions récentes des agences, des métiers, des études, des médias pour aider les responsables de marque à faire face aux nouveaux enjeux
- Comment et à quelle vitesse une marque peut-elle intégrer cette nouvelle donne ?

2. L'engagement planning : la nouvelle façon de construire une stratégie cohérente et impliquante à 360°

- Nouvelles opportunités pour le marketing, nouvelles façons de penser, nouvelles sources d'inspiration
- Comment cibler les parties prenantes de la marque, évaluer leur pertinence par rapport à

la marque et au produit ?

- Qu'est-ce qu'une brand experience, comment la rendre opérationnelle à 360°?
- La stratégie des moyens : recherche de l'intensité sur les points de contacts sélectionnés

3. Applications concrètes sur le plan d'action expérientiel stratégique et créatif à travers des exemples divers et variés

14h00-18h00

4 - Atelier

Les participants travailleront par groupe sur un cas et devront construire un plan d'action à 360°.

- Quel axe stratégique choisir ?
- Quelle brand experience proposer ?
- Quelle idée créative retenir ?
- Comment rendre opérationnelle cette idée à 360° ?
- Choix des moyens à privilégier

5 - Présentation du plan d'action et de la campagne illustrant le déroulé d'une stratégie des moyens à 360°

Échange et discussion

Informations pratiques

Public	■ Annonceurs : Direction communication et marketing ■ Agences : Directeurs de clientèle, planneurs stratégiques, planneurs média.
Durée	1 jour (9h00-18h00) / 7 heures
Date	3 sessions : 03/04/09 ■ 30/09/09 ■ 02/04/10
Tarif	992 € HT