

L'enjeu de visibilité pour les régies

NEW

PROGRAMME

JOUR 1

Accueil et tour de table

Introduction : stratégie de marque, stratégie digitale : comment positionner le display dans une démarche globale ?

1. État de l'art du web 2016

- Facebook et Google réconcilient le off et le on-line

Atelier parcours client : les modèles AIDA, ACID et CDJ permettent la compréhension et l'intégration du display parmi les différents leviers digitaux

2. Comprendre la valeur des nouveaux formats pour se différencier

- Les formats intégrés comme réponse performante à la distanciation publicitaire des consommateurs

- Vers un arsenal publicitaire très complet : vidéos, brand content, opérations spéciales, multi-écrans : quelles vertus et quelle logique en fonction d'un parcours consommateur ?

Atelier : quelle logique régie pour quel objectif annonceur/agence ?

Atelier visibilité et efficacité : point sur les formats traditionnels et les best practices

JOUR 2

3. Les offres Cross-média pour étendre les points de contact

- Focus sur un incontournable 2016 : la synchronisation des campagnes TV-digital, affichage/digital...

- Les propositions de valeur mobile/tablette : les complémentarités click-to-store, click-to-map intégrées au web

Atelier : benchmark de l'offre existante

4. L'ultra-ciblage avec les offres data

- Les fondamentaux de la data : définition data, big data, small data, data first party et data non structurée

- Le programmation et la gestion des inventaires : garantir les impressions, optimiser la valeur, gérer le multi-écrans

- Quel ciblage pour quel objectif : les différentes natures de ciblage en fonction du parcours consommateur

Atelier : création une campagne avec Twitter et Facebook pour comprendre l'enjeu de l'ultra-ciblage

5. La valeur ajoutée du développement des communautés et des études

Atelier : regard sur les propositions « influenceurs » des régies leaders

Atelier : benchmark des études ad hoc et post-test

Conclusion & questions/réponses

DESCRIPTION

Une formation de deux jours pour faire le point sur son offre, connaître l'état de l'art du marché et connaître les opportunités de visibilité pour une régie

OBJECTIFS

. Connaître l'état de l'art du marché du display

. Mieux appréhender les nouveaux formats

. Amorcer une réflexion sur les nouvelles opportunités de points de contact

PUBLIC

Acteur de régie publicitaire

DURÉE

2 jours, 14 heures

TARIF & DATES

Sur demande au 01 43 12 15 22

INTERVENANT

Bertrand LAISNE, Fondateur - Continent Digital

