

# Les bases du marketing et des médias pour les millenials

## PROGRAMME

Introduction et tour de table

### 1. Pourquoi opter pour une stratégie pluricanal ?

- Des objectifs marketing des annonceurs à l'efficacité des stratégies pluricanal

**Atelier** : étude de best cases

- Rappel de notions clés : GRP, audience, facturation

### 2. Le rôle des leviers traditionnels dans une stratégie marketing et média

- Rappel des grands objectifs marketing et communication

- Fonction et complémentarité de chaque media

- Comment construire une recommandation

- Elaboration d'un kit media

- Brief pour les études de cas pour la session de mi-journée

**Atelier** : retour sur les recommandations

### 3. Construire une stratégie plurimedia sur la base d'une stratégie digitale

- Travailler la complémentarité par objectif marketing (branding, performance, visibilité, etc)

- Quel media off choisir en complément du digital ?

**Atelier** : kit de la complémentarité

### 4. Comment décrypter et répondre aux besoins media et marketing d'un client ?

- Anticiper en avant-vente : analyser son secteur, comprendre ses enjeux média, challenger le brief

- Aller plus loin après-vente : alimenter le client, proposer un bilan, une étude, un post test

Conclusion et échanges

## DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour appréhender l'apport des médias traditionnels et d'une approche omnicanal dans une stratégie digital oriented, et adopter le langage de vos clients internes et externes

## OBJECTIFS

- Faciliter le dialogue entre les services digital oriented et le reste des services marketing / communication

- Mieux répondre aux objectifs marketing fixés grâce à une stratégie pluricanal

- Maîtriser le fonctionnement de chaque média traditionnel grâce à des parallèles avec les medias digitaux

## PUBLIC

Toute personne souhaitant appréhender les stratégies médias mêlant off et on, ou qui travaille dans le digital uniquement et qui souhaitent comprendre les médias dits traditionnels

## DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

## TARIF

1140 euros HT

## INTERVENANT

**Stéphanie HULEUX**, Global media coordination manager, Shiseido

**Alexandra SFEZ**, Consultante média-marketing.

## DATE

23 novembre 2018

