

Campagnes presse et opérations spéciales

Programme

Introduction et quiz d'évaluation

1. La place de la presse au sein des nouveaux usages

- L'économie de l'attention bouleversée
- Les tendances de la consommation média
- Le continuum média au travers des marques de presse (print, mobile et web, réseaux sociaux, vidéo, podcast)
- Les stratégies des éditeurs de presse en France et dans le monde pour générer de l'attention durable : les meilleures initiatives éditoriales et publicitaires

2. Utiliser les marques de presse dans une stratégie média

- Avantages et limites de la presse au sein d'une stratégie de communication
- Quels formats pour quels objectifs ?
- Atelier :** challenger les propositions régie ou agence
- Exploiter les outils de mesure du ROI
- Atelier :** la négociation régie/annonceur
- Construire un plan presse
- Atelier :** construction d'un plan média presse et analyse d'un cas
- Pourquoi intégrer la presse dans son mix média

3. Les modes d'expression créatifs des éditeurs

- L'intégration publicitaire : brand content, native advertising, social media et influenceurs
- Atelier :** opérations spéciales

4. L'offre data des éditeurs

- La question de la data : pour qui et pour quels résultats ?
- L'audience planning, une approche complémentaire grâce au digital
- Atelier :** analyse d'une campagne data

Conclusion et quiz de validation

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour optimiser ses investissements presse et assurer un continuum marketing entre la presse et l'ensemble des présences média et digitales d'une marque

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser tous les modes d'expression des marques presse pour être plus créatifs
- Intégrer la presse à son mix média
- Optimiser ses investissements publicitaires
- Penser client centric dans son mix média

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Toute personne amenée à investir en presse magazine, quotidienne, hebdomadaire et régionale, et leurs déclinaisons digitales

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF & DATE

1 140 euros HT sur demande
au 01 43 12 15 28

INTERVENANTS

Thierry DARRAS, Directeur marketing adjoint - Groupe Le Monde

David DECHAUME, Fondateur - Rue D Média

Katja TOCHTERMANN, Responsable marketing et études - 20Minutes

 **À SUR PLACE OU À DISTANCE** 



Photo par Bohbeh sur Shutterstock