

Programme

Introduction et positionnement initial

1. Les modes de consommation des seniors

- Particularité des buyer journeys
- Audience par médias on et off sur la cible seniors
- Durée de consommation média et usages

2. Paysage média sur la cible senior

- Tour d'horizon des dernières tendances média pour des produits au parcours client long
- Panorama des leviers média et spécificité sur la cible senior : focus TV, presse, presse spécialisée, radio / podcast, sponsoring sportif/audio/TV, newsletter, emailing / mailing, display, display video, paid social, paid search, influenceurs, social media organique, site et référencement naturel

Atelier stratégie média

- Complémentarité media / hors média / on et offline
- Analyse du ROI, bilan de campagne, démarche itérative
- Boîte à outils média

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour s'inspirer des dernières tendances média pour communiquer auprès des cibles senior et aidants

COMPÉTENCES VISÉES

- Passer en revue les modes d'information/ consommation média actuels des seniors et aidants (+50 ans),
- Maîtriser le panorama média on et offline à disposition et les nouvelles réglementations liées,
- S'inspirer de stratégies média / content innovantes pour améliorer son acquisition / conversion auprès d'une cible senior

PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 190 euros HT

INTERVENANTE

Sophie GAILLET, CEO - Intelligence Senior

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

sur place ou à distance



Photo par Jeff Sheldon sur Unsplash