

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Pourquoi favoriser une stratégie omnicanale ?

- Chiffres-clés des investissements média
- Analyse du parcours client et des points de contact

Atelier : comment les médias se complètent et interagissent entre eux

- L'évolution de la mesure d'audience

2. Overview des médias off et online

Atelier : panorama média en France : formats, atouts, limites, caractéristiques

- De la digitalisation des médias traditionnels au total video
- Du media planning à l'audience planning
- Le rôle des médias sociaux dans l'amplification média

JOUR 2

3. Les étapes de la stratégie communication 360

Atelier : traduire les objectifs marketing en objectifs média

- Définir les cibles de communication
- Définir son budget

Atelier : choisir les médias idoines

- Orchestrer les prises de parole offline et online dans le temps

4. Mesurer sa stratégie on et off pour optimiser ses investissements (ROAS)

Atelier : définir les KPI à suivre pour optimiser ses investissements média

- Contrôler l'efficacité : vérifier la mesure de chaque média activé (ROAS)

- Les études / outils à disposition

- L'influence de la data sur le ciblage

Atelier : sur la base d'un brief, construire une stratégie média omnicanale

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation pratique de 2 jours pour maîtriser les médias adaptés aux nouveaux usages consommateur et élaborer un plan de communication à 360

COMPÉTENCES VISÉES

- Optimiser les stratégies de communication 360 via la vision client centric
- Découvrir la place de chaque média dans une campagne de communication on et off
- Jouer la complémentarité média et assurer la continuité de ses prises de parole de marque

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Personnes impliquées dans la décision, l'élaboration ou le suivi de stratégies média et des plans plurimédias

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 190 euros HT

INTERVENANTS

David DECHAUME - Rue D Média

Sébastien PEREZ, Expert TV et data

DATES

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

sur place ou à distance



Photo par Max Kabakov sur Shutterstock