

Optimiser ses campagnes TV et Total Video

best

Programme

Introduction et positionnement initial

1. La mesure d'audience TV et ses évolutions

- Rappel sur les bases de la mesure d'audience TV actuelle et future
- La mesure d'audience Médiamétrie Total Vidéo
- Du GRP au CPM : Impact sur les indicateurs (GRP, C-GRP couverture et CPM)
- Atelier :** sur différentes cibles, mesurer l'impact de ce passage au CPM et argumenter (régie / agence / annonceur)

2. Panorama du marché vidéo : de la TV classique au total vidéo

- Consommation média et évolutions
- Les principaux acteurs de la TV
- Focus sur les plateformes SVOD (Disney, Prime, Netflix, offres françaises)
- Les offres AVOD BVOD / CTV / FAST TV
- L'achat TV programmatique
- Le poids de la TV segmentée et les opportunités de ciblage (géo-localisation, data, retail média, consommation média, etc.)
- Réseaux sociaux vidéo et focus TikTok-Twitch

3. Impact sur les stratégies média

- Quels sont les enjeux de cette évolution (commerciaux, communication, concurrence, opérationnels et outils)
- Maîtriser les analytics TV / vidéo
- Comment mesurer l'impact des campagnes vidéo sur la notoriété, le trafic, les leads, les ventes ?
- Cas annonceurs
- Construction d'un plan média TV total vidéo

Conclusion et évaluation individuelle

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

1 290 € HT

INTERVENANTS

Sébastien PEREZ, Expert TV et data
Thomas CHARLES, CEO - Sapristi! Consulting
Coralie LEPLAT, Chargée media & marketing
Damien DE FOUCAULT, Expert média

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour maîtriser les évolutions des stratégies d'achat total vidéo (TV / TVS / BVOD / AVOD / SVOD) et les évolutions des modes d'achat (mesure Médiamétrie et fragmentation de la consommation vidéo).

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser le nouveau paysage TV / vidéo avec l'arrivée des principaux acteurs sur le marché SVOD AVOD BVOD
- Être en mesure de convertir les plans GRP au CPM TV, de comparer les médias vidéos
- Être prêt à commercialiser, acheter/négocier les espaces total vidéo dans un marché en pleine transformation
- Concevoir et mesurer une stratégie média total vidéo

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Être concerné par le lancement de campagne TV / vidéo (stratégie, achat, vente).

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

 **sur place ou à distance** 



Photo de Glenn Carstens-Peters sur Unsplash

CH:9 Publicité et media planning | MKT11

Inscription, renseignements, intra ou sur mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu