

Maîtriser le paysage média et les stratégies communication 360

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

PRÉREQUIS 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 - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 190 € HT

INTERVENANTS

David DECHAUME, CEO - Rue D Média

Coralie LEPLAT, Chargée media & marketing

Damien DE FOUCAULT, Expert média

Sébastien PEREZ, Expert TV et data

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

 **sur place ou à distance** 



Photo de Max Kabakov sur Shutterstock

CH:9 Publicité et media planning | MKT3

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