

Construire un plan média et optimiser sa stratégie média

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Principes-clés du media planning et évolution de la mesure d'audience

- Les bases du media planning
- Les principales études d'audience
- Focus sur les évolutions récentes et à venir (mesure d'audience et modes d'achat)

2. Focus sur chaque média : du media planning à l'audience planning

- Les atouts et les limites de chaque media : paid digital, TV et total video, presse, radio, affichage, cinéma
- Les leviers et formats possibles
- L'évolution des modes d'achat

Atelier : définir ses ciblages et ses objectifs (notoriété / considération / acquisition)

JOUR 2 ET 3

3. Du brief à la stratégie média

Atelier : pas-à-pas, construction du brief média puis de la stratégie média

Atelier : la contribution de chaque média aux objectifs de campagne et leur complémentarité

4. Construction et optimisation de plans média (par média puis à 360)

- Comprendre la mécanique de construction d'un plan média pour atteindre ses objectifs
- L'importance d'un bon brief

Atelier : à partir d'un brief, construction de plans mono-média puis plurimédia

Atelier : élaboration d'une recommandation media

Atelier : KPI à mesurer, analyse de bilan de campagne

5. Optimiser son achat média

- Affiner le choix des plateformes
- Répartir le budget, média par média

Atelier : achat média

Atelier découverte : quelle opportunité pour l'intelligence artificielle appliquée au media planning

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 3 jours alliant concepts-clés, tendances et cas pratiques pour maîtriser les étapes de construction d'un plan média, optimiser ses investissements publicitaires (ROAS) et se préparer aux dernières évolutions marché en termes de mesure et de modes d'achat.

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser le vocabulaire, les concepts-clés et les études propres au media planning
- Comprendre les forces et faiblesses de chaque média dans un paysage qui se complexifie
- Challenger ses investissements média on et off pour une meilleure complémentarité entre média et efficacité globale
- Maîtriser les dernières tendances

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Être concerné par l'élaboration, l'évaluation, la vente ou l'optimisation critique de plans média.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 990 € HT

INTERVENANTS

David DECHAUME, CEO - Rue D Média

Mathieu FERRAGUT, CEO - Kwamy's

Coralie LEPLAT, Chargée media & marketing

Damien DE FOUCAULT, Expert média

Sébastien PEREZ, Expert TV et data

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

CH:9 Publicité et media planning I MKT4

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

sur place ou à distance



Photo de Sunny Studio sur Shutterstock