



8 Construire la stratégie de conquête des consom'acteurs

Formation professionnelle personnalisable en Intra-entreprise



OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître l'impact du média internet sur le marché publicitaire global et sur la consommation media des Français
- Appréhender les nouveaux paradigmes des consommateurs et les évolutions du parcours d'achat
- Savoir orchestrer et activer les bonnes synergies ON & OFF pour atteindre votre cible et vos objectifs



PUBLICS VISÉS

Dirigeants, Service communication,
Service marketing, Régies



PRÉREQUIS

Investir en communication sur les médias,
connaître ses cibles et savoir définir ses objectifs



MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de MV Group
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation



DURÉE

1 JOUR = 7 HEURES



MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle
remise en fin de formation



PROGRAMME

Les nouveaux comportements

- Les évolutions de consommation
- Les nouveaux modèles économiques

Les nouveaux parcours clients

- Comprendre les parcours clients
- S'adresser à la bonne personne, au bon moment, au bon endroit

Les solutions et points de contacts

- Les investissements publicitaires en France
- La communication media on & offline des Français
- La complémentarité on & offline

Comprendre les métiers de la stratégie de conquête

- Agence de communication
- Agence media - agence de stratégie digitale
- Agence de développement
- Régies

Définir les indicateurs de performance

- Acquisition
- Branding

Décider quels leviers actionner et dans quel ordre

- Les principaux critères qui guident les choix media
- Les principaux indicateurs d'efficacité par levier
- Workshop / Cas client

Décrypter les medias : TV, Vidéo, Affichage, Radio, Cinéma, Presse, Liens sponsorisés, display (au choix)

- Grandes caractéristiques de l'offre
- Les atouts et limites