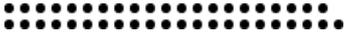


## Formation : Réussir sa campagne publicitaire multicanal

🕒 2 jours - 14 heures | 📄 cette formation est disponible en session individuelle ou intra-entreprise uniquement

🔑 Réf  
10784



### OBJECTIFS

- Orchestrer une campagne publicitaire cross média
- Évaluer la création publicitaire et mettre en place un médiaplanning efficace
- Mesurer l'efficacité de sa campagne

### MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Exposés suivis de questions-réponses et d'échanges avec les participants, cas pratiques.
- Remise d'un support pédagogique.

### PRÉ-REQUIS

- Connaître les fondamentaux de la communication et du digital.

### SUIVI ET ÉVALUATION DES ACQUIS

- Évaluation des acquis en amont via un questionnaire d'auto-positionnement et en aval via un questionnaire d'évaluation rempli par le formateur sur la base des mises en situation réalisées en formation
- Distanciel : contenu et durée identiques + pédagogie adaptée + assistance technique 5j/7 (disponible par mail : [digitalearning@comundi.fr](mailto:digitalearning@comundi.fr))
- Un support de cours est remis à chaque stagiaire

### POUR QUEL PUBLIC ?

- Toute personne amenée à prendre en charge la stratégie publicitaire : Directeur ou responsable communication, Chargé de communication, Directeur ou responsable communication marketing, etc.

### LES PLUS

- De nombreux cas pratiques personnalisés pour bâtir une campagne publicitaire omnicanal.



## Programme détaillé

### Analyser les problématiques et tactiques des médias on et offline

- Le point sur les médias on et offline dans l'élaboration d'une campagne publicitaire
- Orchestrer une stratégie multicanal efficace
- Appréhender les différents leviers e-marketing
- Les nouvelles opportunités publicitaires liées réseaux sociaux et les enjeux du multiplateformes
- Le mobile en tant que média

## Comment préparer un lancement de campagne ?

- Les étapes incontournables à la réussite du projet
- Déterminer des objectifs publicitaires chiffrés
- Mettre en place un planning théorique de déroulement de la campagne de communication

### Training : construire une campagne publicitaire cross média : quelle stratégie online bâtir pour votre produit/marque ?

## Sélectionner et piloter son agence de publicité

- Panorama général des agences
- Comment bien choisir son agence ?
- Sélectionner son agence
- Collaborer efficacement au quotidien avec son agence

## Rédiger un brief de communication clair

- À qui et à quoi sert-il ?
- Les éléments clés du brief : les informations incontournables (contexte marketing de la marque ou du produit en termes d'indicateurs, d'environnement concurrentiel, la stratégie marketing, les attentes vis-à-vis de l'agence...), les contraintes (budget, temps...)
- Les règles pour rédiger un bon brief dans la forme comme dans le fond
- La réponse stratégique et créative de l'agence : la copy strategy

### Training : élaborer un brief efficace. Quelles sont les erreurs à éviter ?

## Sur quels critères juger une création publicitaire ?

- Comment développer son jugement créatif ?
- Oser la différence : jusqu'où prendre des risques ?
- Les pré-tests publicitaires

### Training : analyse de la pertinence de plusieurs campagnes publicitaires.

Plusieurs campagnes de secteurs différents seront présentées aux participants. L'objectif sera d'évaluer une campagne en termes de créativité par rapport à une autre et de déterminer des critères de comparaison.

## Mettre en place un médiaplanning efficace

- Panorama des différents canaux on et off-line
- Élaborer un plan cross médias cohérent
- Sélectionner son agence média et évaluer sa proposition
- Le point sur les plate- formes Adexchanges et le Real Time Bidding
- Focus actualité - Le mobile en tant que média : où en est-on ?

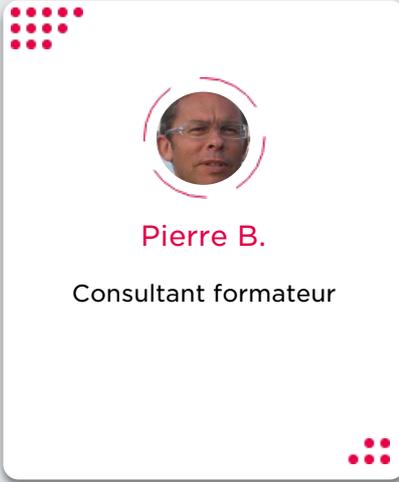
### Training : bâtir un plan média

À partir d'un cas précis de campagne publicitaire et budget défini rencontré en entreprise, les participants seront amenés à élaborer un plan média

## Suivi et pilotage de la campagne dans la durée

- Mesurer la réalisation des objectifs : ROI et KPI
- Comment les définir ? Comment lire les résultats ?
- Les post-tests publicitaires
- Suivre et respecter son budget... ou comment justifier une augmentation de budget ?

## Intervenant



Ce produit est proposé en intra-entreprise, sur-mesure ou en individuel.

**Vous êtes intéressé ?**

**Contactez-nous**

[intra@comundi.fr](mailto:intra@comundi.fr)

**Vous souhaitez  
vous inscrire ?**

Rendez-vous sur le site  
[www.comundi.fr](http://www.comundi.fr)

Retrouvez le programme de la formation en indiquant la référence dans le moteur de recherche : [10784](#)