

Anticiper les mutations à l'heure de l'avènement du numérique

Optimiser sa stratégie de communication multi-canal

RÉUSSISSEZ À :

- > **Appréhender les enjeux stratégiques qu'engendre la digitalisation des médias**
- > **Ancrer vos actions de communication dans la convergence**
- > **Etablir les facteurs clés de succès pour déployer une stratégie de communication multi-canal**

PUBLIC

Directeur communication, Directeur marketing, Directeur de la marque, Responsable et Chargé de communication, Chef de produit, Brand manager...

PROGRAMME

1. La révolution numérique : véritable bouleversement et enjeu de société

- > Un accélérateur de l'évolution des modes de consommation, d'information et de communication
- > L'explosion du multi équipement
- > La modification de notre espace-temps
- > Un contexte d'émergence publicitaire de plus en plus difficile pour les marques

2. Plus de proximité avec le consommateur

- > Adopter une démarche « Consumer Content »
- > Etre en recherche permanente d'innovation et de créativité
- > Etre moins intrusif mais plus intégré et apporteur de contenu

- > Proposer et susciter l'interactivité pour instaurer une relation de connivence
- > Exister physiquement
- > Anticiper les évolutions

3. Ce que l'on peut imaginer pour les médias

- > Télévision : la nouvelle révolution
- > La presse : le numérique un rôle clé pour l'avenir
- > La radio : un média dont l'audience ne cesse de progresser
- > L'affichage : une communication mass media interactive
- > Le cinéma : un nouveau périmètre de communication
- > Internet : média du numérique avant-gardiste

4. La contribution d'Internet à la plate-forme de communication

- > Quels enjeux ? Quels rôles stratégiques ?
- > Quelle interactivité ?
- > Quelle créativité ?
- > Quels services ?
- > Quelle personnalisation ?

5. Développer une stratégie de communication multi-canal

- > Passer d'une stratégie « silo » (par média) à une stratégie « sillon » (vision de campagne)
- > Déterminer des objectifs
- > Rester cohérent sur l'ensemble des points de contact
- > S'inscrire dans une dynamique apprenante

INTERVENANT

Frédéric Planson : Consultant formateur expert en marketing mobile - Ancien directeur de la stratégie média en agence de publicité (Publicis, Young & Rubicam, Australie) - Membre de Mobile Marketing Association France.

valeur ajoutée

- > Exposés théoriques, exemples concrets chiffrés, études de cas budgétés permettent aux stagiaires de se sensibiliser et de s'approprier les principes d'avenir du Mix Digital Marketing

INFOS PRATIQUES

Durée > 2 jours

Dates > 20 et 21 mai 2010 - 28 et 29 octobre 2010

Lieu > Centre d'affaires Trocadéro, 75116 Paris

Tarif > 1390 € - Ce montant comprend aussi les pauses, le déjeuner et les supports pédagogiques électroniques

Toutes nos formations inter et intra-entreprises :
01 47 55 30 08 - contact@ionis-el.com - www.ionis-el.com