

Ciblage online

Réf.SM106

Nouveauté

Les + de cette formation ■ ■ ■

Une formation pour appliquer les techniques de ciblage online et se créer de nouvelles opportunités dans sa stratégie marketing

OBJECTIFS

- Intégrer à sa stratégie les nouvelles techniques de ciblage online
- Comprendre comment construire le plan média autour d'une idée qui implique la cible

PROGRAMME Durée 1 jour / 7 heures Tarif 1150 € HT

9H00-13H00

Accueil et tour de table

1. Les 4 étapes du web 2.0

2. Les différentes formes de ciblage sur internet

- Le ciblage socio démographique
- Le ciblage comportemental
- Le ciblage par l'action
- Le ciblage par le contenu
- Le ciblage contextuel

3. Que viennent changer le mobile et les réseaux sociaux ?

- Un renforcement de l'interactivité entre les gens et avec les marques
- Des espaces personnels
- L'émergence du real time et l'importance de l'action engagée
- Le développement de la géolocalisation
- Les liens interpersonnels et les principes de recommandation

4. Fondements techniques et fonctionnels des différentes formes de ciblage

5. Les nouvelles approches média

- Le ECRM
- Le SCRM
- Le brand content
- La brand utility

6. Les nouvelles stratégies relationnelles multicanal

- Comment donner sens à la marque ?
- Sur quelle base réaligner la marque / les produits / les usagers ?
- Comment créer des dynamiques collectives ?

14H30-17H30

7. Témoignages

- Comment les médias diffusent les messages de la façon la plus pertinente pour leur cible (Microsoft)
- Les contenus de marques paramétrés pour faire vivre une expérience, partager les valeurs de la marque, et les avantages produits...quel que soit le média (QualiQuanti)
- IDTGV, une marque construite autour de 3 façons de voyager qui invite l'internaute à faire les meilleurs choix (IDTGV)
- Les plateformes relationnelles permettant aux marques de se reconnecter avec leurs publics (OMG)

Conclusion et évaluations

APPROCHE & MÉTHODE PÉDAGOGIQUE

Présentations, cas pratiques, travaux en groupe et échanges

DATES

■ 22/10/2010 ■ 10/03/2011 ■ 20/10/2011

PARTICIPANTS

Toute personne amenée à utiliser les nouveaux outils du ciblage online

INTERVENANTS

Jérémy Dumont, Planneur stratégique 2.0 - Pourquoiicours

Raphael Aflalo, Directeur Général en charge du Digital - Omnicom Media Group

Ludovic Bonnet, Directeur de la communication - IDTGV

Daniel Bo, Fondateur - Institut QualiQuanti

Nicolas Paquette, Product Specialist ciblage comportemental - Microsoft