

Formation Marketing Intermédiaire : Publicité

■ Durée :	3 jours (21 heures)
■ Tarifs inter-entreprise :	1 950,00 € HT (standard) 1 560,00 € HT (remisé)
■ Public :	Responsable Marketing
■ Pré-requis :	Avoir une expérience significative en Marketing - Avoir les connaissances fondamentales
■ Objectifs :	Découvrir la création de messages publicitaires - Comprendre les règles et les méthodes - Mesurer l'impact de ses publicités
■ Modalités pédagogiques, techniques et d'encadrement :	• Formation synchrone en présentiel et distanciel. • Méthodologie basée sur l'Active Learning : 75 % de pratique minimum. • Un PC par participant en présentiel, possibilité de mettre à disposition en bureau à distance un PC et l'environnement adéquat. • Un formateur expert.
■ Modalités d'évaluation :	• Définition des besoins et attentes des apprenants en amont de la formation. • Auto-positionnement à l'entrée et la sortie de la formation. • Suivi continu par les formateurs durant les ateliers pratiques. • Évaluation à chaud de l'adéquation au besoin professionnel des apprenants le dernier jour de formation.
■ Sanction :	Attestation de fin de formation mentionnant le résultat des acquis
■ Référence :	MAR100187-F
■ Note de satisfaction des participants:	Pas de données disponibles
■ Contacts :	commercial@dawan.fr - 09 72 37 73 73

■ **Modalités d'accès :**

Possibilité de faire un devis en ligne (www.dawan.fr, moncompteformation.gouv.fr, maformation.fr, etc.) ou en appelant au standard.

■ **Délais d'accès :**

Variable selon le type de financement.

■ **Accessibilité :**

Si vous êtes en situation de handicap, nous sommes en mesure de vous accueillir, n'hésitez pas à nous contacter à referenthandicap@dawan.fr, nous étudierons ensemble vos besoins

Introduction

Qu'est-ce qu'une bonne publicité ?

Présentation de la formation

Définitions

Publicité

Cibles

Message

Portée

Supports

Autres définitions

Enjeux de la publicité

Objectifs commerciaux

Objectifs RH

Objectifs d'image

Autres objectifs

Exemples de publicité

Publicité Presse

Publicité Internet

Publicité radio

Publicité TV

Autres publicités

Atelier : discuter des points forts et points faibles de plusieurs publicités

Créer sa première publicité

Définir l'objectif
Identifier la cible
Choisir le support
Planifier
Solliciter les acteurs internes
Solliciter les acteurs externes
Etablir un message
Tester le message
Concevoir sa publicité
Evaluer les résultats

Atelier : faire un story-board d'une publicité presse pour une agence de voyage

Spécificités des supports

Spécificités de la presse
Spécificités de la radio
Spécificités de la TV
Spécificités des supports Internet
Les autres supports

Atelier : définir les supports appropriés pour plusieurs exemples

Travailler avec des agences

Définir les objectifs
Etablir un cahier des charges
Définir les éléments de réponse au cahier des charges
Identifier les prestataires et les briefier
Choisir son agence

Atelier : créer un cahier des charges minimaliste pour une publicité TV

Premiers pas avec la publicité sur Internet

Quels sont les supports ?
Quels sont les formats ?
Quels sont les coûts ?

Atelier : créer une campagne pour un site de vente de jouets

Campagnes publicitaires multi-canaux

La circulation de l'information à l'ère d'Internet et des réseaux sociaux

Exemples typiques

Méthodologie

Définir un budget

Choisir et prioriser les supports

Identifier les acteurs

Mettre en oeuvre les projets

Atelier : mise en oeuvre de la méthodologie pour votre entreprise

Conclusion