

## Formation Marketing Intermédiaire : Publicité

<b>Durée :</b>	3 jours
<b>Public :</b>	Responsable Marketing
<b>Pré-requis :</b>	Avoir une expérience significative en Marketing - Avoir les connaissances fondamentales
<b>Objectifs :</b>	Découvrir la création de messages publicitaires - Comprendre les règles et les méthodes - Mesurer l'impact de ses publicités
<b>Sanction :</b>	Attestation de fin de stage mentionnant le résultat des acquis
<b>Taux de retour à l'emploi:</b>	Aucune donnée disponible
<b>Référence:</b>	MAR100187-F
<b>Note de satisfaction des participants:</b>	Pas de données disponibles

### 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 briefer
- 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**