?B/A;M=LEARN
BELGIAN ASSOCIATION OF MARKETING

INITIATE
PROFESSIONAL ✓
FOCUS

DIGITAL MEDIA COMMUNICATION

5 après-midi

! *Des thèmes actuels*
Des learnings directement utilisables
Des exercices en groupe et individuel

BAM, la Belgian Association of Marketing, est la plus grande association de marketing de Belgique. BAM est une communauté ouverte qui a rassemblé les membres, les initiatives et expertises de STIMA, BDMA et IAB Belgium pour créer une nouvelle plateforme de contacts et d'échanges unique. C'est pourquoi BAM est l'endroit où les professionnels du marketing peuvent se rencontrer et échanger les informations les plus récentes sur les derniers développements en marketing.

- *Durant les formations et les workshops de BAM vous serez inspiré par des **collègues expérimentés** qui partageront leur **expertise**.*
- *Les **très nombreuses activités** telles que les congrès, séminaires, voyages d'étude et remises de prix vous permettront d'échanger, d'être conseillé et de vous-même partager votre expérience. Chez BAM vous trouverez inspiration, connaissance et partage.*
- *Les **Marketing HUBS** sont au cœur de BAM. En participant à l'un des HUBS vous ferez partie d'un groupe de réflexion énergique spécialisé dans un domaine spécifique du marketing.*
- *En tant que marketer expérimenté, mais aussi comme novice, vous avez accès à des études, du matériel de référence **online**, des livres et des communiqués de presse.*

*BAM contribue ainsi à créer et entretenir des relations durables, et positionne à nouveau le marketing au centre de l'organisation sous la devise **meaningful marketing**.*

" *Belgian Association of Marketing* "
MEET - SHARE - LEARN

Quelles sont les composantes d'un plan media digital efficace?

Dans cette formation la communication digitale et les medias digitaux sont abordés de façon structurée, en mettant l'accent sur des sujets particulièrement actuels.
Cette formation vous aide en tant que professionnel du marketing et de la communication (secteurs: agences, régies, annonceurs) à implémenter votre stratégie de communication digitale avec succès.
Concepts, exemples concrets et exercices sont combinés pour vous permettre d'appliquer la formation à votre propre situation.

Participants # PROFESSIONAL

Cette formation s'adresse aux professionnels du marketing et de la communication, tous secteurs confondus.

- ❏ Vous désirez recevoir rapidement un résumé complet sur la communication digitale.
- ❏ Vous avez besoin d'un update sur les médias digitaux.
- ❏ Vous voulez implémenter votre communication digitale avec succès.
- ❏ Vous voulez savoir comment collaborer avec des partenaires internes ou externes.
- ❏ Vous avez une fonction marketing ou communication et vous désirez évoluer vers la communication digitale pour être en phase avec les évolutions actuelles et futures.
- ❏ Vous désirez profiter de l'expérience professionnelle d'experts pour vous guider dans vos challenges quotidiens.

En 5 sessions vous apprendrez de cette formation :

- ❏ Une vue d'ensemble des médias digitaux et comment les utiliser pour implémenter votre communication digitale avec succès.
- ❏ Comment définir les touch points et les mesurer de façon spécifiques.
- ❏ Les différentes étapes d'un bon briefing.
- ❏ Comment mettre en place les KPI's et leurs mesures.
- ❏ Comment définir l'impact sur votre marque et votre business.
- ❏ Comment intégrer le processus créatif.
- ❏ Comment fixer les KPI's, créer un dashboard et évaluer une campagne.

COORDINATEUR DU PROGRAMME
CORENTIN FRANZIN
Business Planning Manager Mindshare

FORMATEURS
CEDRIC CAUDERLIER // Digital Strategy Consultant Mountainview
NICOLAS MANGAIN // Digital Development Manager Havas Media
STEPHANIE RADOCHITZKI // Digital Strategy Director Space
SEBASTIEN REPS // Digital Supervisor Maxus
FABIEN VAN DE WIELE // Managing Director Clicktrust

SESSION 1
DIGITAL MEDIA PLANNING

> Integration of digital in the communication mix.
> Digital planning, essential concepts.
> Traditional vs. automated.
> Data planning.

Docent: Sebastien Reps (NL)

SESSION 2
DIGITAL TOUCHPOINTS & CAMPAIGN OBJECTIVES

> Définition et typologie des objectifs médias. Les 3 principaux objectifs digitaux et leurs KPI's.
> Buying cycle & problématique du cross device.
> Digital touch points : les grands piliers tactiques et leur KPI's spécifiques.
> Tactique et mise en place à partir des 3 principaux objectifs:
    > attentes par rapport au plan
    > optimisation du plan
    > attentes en terme de reporting.

Docent:Nicolas Mangain (FR)

SESSION 3
COMMENT DONNER UN BON BRIEFING

> De la stratégie à la tactique.
> Les étapes d'un bon briefing.
> Exemples.
> Exercices pratiques.

Docent: Stephanie Radochitzki (FR)

SESSION 4
LE PROCESSUS CREATIF

> Insight collection.
> Design thinking process.
> User experience.
> Digital strategy.
> Creative cases.

Docent: Cédric Cauderlier (FR)

SESSION 5
DIGITAL KPI'S

> KPI'S definiëren en bepalen (i.f.v. strategie en objectieven).
> KPI's per kanaal & tools.
> Dashboard en metingssystemen opstellen.
> Hoe een campagne evalueren: resultaten interpreteren en analyseren.
> Impact op het merk. Finale conversie.

Docent: Fabian Van de Wiele (NL)

> 5 sessions interactives
> Des plans en étapes clairs, *que vous pourrez ensuite appliquer vous-même*
> Des exercices individuels, *adaptés à votre propre situation*

5 après-midi // 14h.-17h.30
€ 1.215 (excl. 21% TVA)
€ 850 (excl. 21% TVA) pour les membres BAM
Lieu: BAM - Roularta Conference Center - Zellik

Les formations de BAM sont données par des marketeers actifs en entreprise et sélectionnés sur base de leur expertise. Vous pourrez ainsi travailler avec les méthodologies les plus actuelles et les mettre directement en pratique.

INSCRIPTIONS
www.marketing.be/agenda

Des questions? Vous désirez plus d'informations sur les formations et les workshops, et savoir ce qui correspond le mieux à votre profil et à vos projets ?
Pascale Cambie, Director BAM=LEARN
(02)234.54.03 pascale.cambie@marketing.be