

# COMMUNIQUER EN TV :

## DE LA TV LINEAIRE AU PROGRAMMATIQUE TV

Formation professionnelle personnalisable en Intra-entreprise

### OBJECTIFS COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître l'impact du média TV sur le marché publicitaire global et sur la consommation media des Français (2017 et 2018)
- Savoir construire un plan TV et l'adapter aux nouveaux comportements et aux nouveaux usages
- Optimiser des investissements publicitaires en TV et savoir activer les bonnes synergies Online & Offline pour atteindre votre cible et vos objectifs

### PUBLICS VISÉS

Dirigeants, Service communication, Service marketing

### PRÉREQUIS

Investir en communication sur les médias au niveau national, connaître ses cibles, périodes et objectifs

### MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Un support de formation complet
- Assistance téléphonique gratuite pendant 1 an
- Un formateur expert salarié de Good Buy media
- Alternance de théorie et de cas pratiques tenant compte de l'expérience, du contexte et de la réalité du travail
- Questionnaire préalable à la formation

### DURÉE

1 JOUR = 7 HEURES

### MODALITÉS D'ÉVALUATION

Attestation de formation individuelle remise en fin de formation

### PROGRAMME

#### L'offre du marché TV et de la vidéo en France

- Le marché publicitaire TV (chiffres clefs du media, acteurs et univers)
- Construire son plan TV : choix des offres et des formats existants
- Les indicateurs clés de performances du média TV
- La vidéo : Programmatique en TV et DMP, fonctionnements et opportunités

#### Complémentarité du media TV & du Digital

- De la TV linéaire à la vidéo délinéarisée
- Puissance et temps passé par device
- Usage par support, profil par support
- Le plan TV au coeur d'une stratégie media globale

#### Optimisation & convergences multi écrans

- Les stratégies TV payantes
- Interactions TV & comportements des téléspectateurs : synchronisation et tracking
- Complémentarité TV & Vidéo online
- Les tendances de demain du media TV