

Programme

Introduction et positionnement initial

1. La mesure d'audience TV et ses évolutions

- Rappel sur les bases de la mesure d'audience TV actuelle
- La mesure d'audience Médiamétrie
- Du GRP au CPM ? Impact sur les indicateurs (GRP, C-GRP couverture et CPM)
- Atelier : sur différentes cibles, mesurer l'impact de ce passage au CPM et argumenter (régie / agence / annonceur)

2. Panorama du marché vidéo : de la TV classique au full vidéo

- Consommation media et évolutions
- Les principales acteurs de la TV
- Focus sur les plateformes SVOD (Disney, Prime, Netflix, offres françaises)
- Les offres VOL / AVOD / CTV / FAST TV
- L'achat TV programmatique
- Le poids de la TV segmentée et les opportunités de ciblage (géo-localisation, first third party data, consommation media, etc)
- Réseaux sociaux et focus TikTok

3. Impact sur les stratégies média

- Quels sont les enjeux de cette évolution (commerciaux, communication, concurrence, opérationnels et outils)
- Maîtriser les analytics TV / TVS / AVOD / SVOD
- Comment mesurer l'impact des campagnes vidéo sur le trafic, les leads, les ventes ?
- Cas annonceurs
- Construction d'un plan media TV - digital

Conclusion et évaluation individuelle

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 290 euros HT

INTERVENANTS

Sébastien PEREZ, Expert TV et data
Thomas CHARLES, Fondateur - Sapristi! Consulting
Frédéric DEGOUY - Holistick Advisor

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour maîtriser les évolutions des stratégies d'achat full vidéo / TV et les évolutions à venir (du GRP au CPM TV, l'évolution de la mesure Médiamétrie, la complexification du paysage vidéo TV, CTV, FAST TV, SVOD, AVOD)

COMPÉTENCES VISÉES

- Maîtriser le nouveau paysage TV / vidéo avec l'arrivée des principaux acteurs sur le marché SVOD AVOD
- Être en mesure de convertir les plans GRP au CPM TV
- Être prêt à commercialiser, acheter/négocier les espaces full video dans un marché en pleine transformation
- Concevoir et mesurer une stratégie média full vidéo

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Être concerné par le lancement de campagne TV / vidéo (stratégie, achat, vente)

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

sur place ou à distance



Photo par Glenn Carstens-Peters sur Unsplash