

1J Le dispositif 360° : la synergie médias/hors médias**Maîtriser les enjeux et pratiques de la communication 360°...**

La part croissante des investissements et actions hors média, le développement de la communication internet sous toutes ses formes, les tensions de la concurrence, les évolutions rapides des attentes et comportements consommateurs... Toutes ces tendances de fond de notre métier aboutissent à la nécessité de maîtriser la communication à 360°. Communiquer à 360°, c'est tout simplement s'efforcer d'utiliser de façon sélective, complémentaire et cohérente l'ensemble des canaux de communication aujourd'hui à notre disposition afin d'atteindre un maximum d'efficacité.

1/2 J < Appréhender la com à 360° dans sa globalité >

- ▶ Appréhender ce que recouvre réellement la notion de communication à 360° ou communication multicanale Intégrée :
 - > le résultat d'une évolution,
 - > définition et enjeux,
 - > les objectifs clés à respecter,
 - > les freins à surmonter.
- ▶ Approches et cas de communication intégrée à travers l'exemple de 3 grands groupes de communication :
 - > exemple d'un cas concret TBWA, Euro RSSG, Ogilvy.
- ▶ Revue de presse sur les enjeux de la com à 360° aujourd'hui :
 - > appropriation des articles et présentation.

Laurence DEMEURE
Directrice conseil,
Agence conseil en communication
Eluère & Associés.

1/2 J < Mettre en pratique en 4 étapes >

- ▶ Parcours d'achat :
 - > présentation du parcours d'achat,
 - > exercice : positionnement, cibles...
 - ▶ Familles stratégiques :
 - > présentation du principe d'analyse des familles stratégiques,
 - > exercice : déterminer les familles et les hiérarchiser.
- ▶ Brief agence :
 - > présentation du modèle de brief agence pour une com à 360°,
 - > exercice : écrire le brief agence.
- ▶ Plan d'action multicanal :
 - > concevoir une hypothèse de plan d'action multicanal.

< Les objectifs >

- ▶ Appréhender les enjeux de la communication multicanale intégrée dans leur globalité.
- ▶ Acquérir des outils méthodologiques pour réussir la mise en œuvre d'une communication à 360°.
- ▶ Découvrir à travers des exemples et cas pratiques des approches efficaces.
- ▶ Transposer dans sa propre activité les conditions de mise en œuvre et réussite.