



Objectif de la formation

Ce séminaire conçoit un programme de publicités et de promotions qui produit des résultats, en combinant approches traditionnelles et numériques. Le participant repart avec son plan publicitaire et son tableau d'analyse des campagnes.

Durée 8 heures, réparties en deux séances de 4 heures.

À qui ce séminaire s'adresse

Dirigeants, responsables commerciaux et responsables marketing de PME qui investissent en publicité sans mesurer le rendement.

Séance 1 — Élaboration des bases d'un programme publicitaire performant

4 heures

- **Objectif : Élaborer les bases d'un programme publicitaire performant**
- **Comprendre le rôle stratégique de la publicité et ses liens avec les autres fonctions**
- **Identifier les styles de publicité selon les profils de clientèle**
- **Utiliser le PCL pour cibler efficacement ses marchés**
- **Gérer le contenu et le placement publicitaire sur les différents supports**
- **La publicité multicanale : télévision, presse, radio, affichage, Internet, cinéma**
- **Mesurer l'effet de chaque canal sur sa clientèle réelle**
- **Atelier pratique : créer un plan publicitaire adapté à une clientèle précise**
- **Activité de travail : créer votre plan publicitaire pour une clientèle cible précise**

Séance 2 — Stratégies de promotions et outils numériques avancés

4 heures

- **Objectif : Déployer les promotions et les outils numériques avancés**
- **Explorer les types de promotions et leur pertinence selon les objectifs**
- **La stratégie web : bonnes pratiques d'hébergement et de développement de site**
- **Concevoir une boutique en ligne et une application mobile performantes**
- **Maîtriser les médias sociaux et le référencement web pour augmenter sa visibilité**
- **Créer un tableau d'analyse TBE et TBO pour évaluer et diffuser les résultats**
- **Ajuster ses campagnes à partir des données recueillies**
- **Étude de cas : une campagne réussie et un échec, et ce qu'on en tire**
- **Activité de travail : bâtir votre tableau d'analyse de campagne et ajuster votre stratégie web**

Ce qui se discute en groupe

- Ce que votre publicité vous coûte, et ce que vous savez de son rendement
- Le canal que vous utilisez parce que vos concurrents l'utilisent
- Promotion et rabais : où s'arrête la valeur ajoutée
- Votre site web : vitrine ou outil de vente

Comment le séminaire se donne

- Cahier de préparation à remplir avant la première séance
- PCL, PCE et PCO complétés et analysés en séance
- Canevas de plan publicitaire multicanal
- Grille de choix des promotions
- Tableau d'analyse TBE et TBO des campagnes

Résultats escomptés

- Vous disposez d'un programme publicitaire et promotionnel complet
- Vos stratégies maximisent le rendement de vos investissements
- Vous pilotez vos campagnes avec des tableaux de suivi

Ce que vous emportez

- Votre plan publicitaire multicanal
- Votre grille de choix des promotions
- Votre stratégie web et médias sociaux
- Votre tableau d'analyse de campagne

Reconnaissance des compétences

À la fin du séminaire, le participant reçoit une attestation. Au terme d'un programme de 80 heures, il reçoit une certification.

Réseautage inc. est agréé par Service Québec — certificat 0060705 — et reconnu organisme formateur par la Commission des partenaires du marché du travail. Les subventions à la formation couvrent jusqu'à 100 % du coût, sous réserve d'admissibilité. Nous montons la demande avec vous.

info@reseautage.com • 514 831-8432 • www.reseautage.com

Contenu de l'Institut du réseautage de compétences (IRC), offert par Réseautage inc. – Réseau des Industriels du Québec. © 1998-2026 Réseautage inc. Tous droits réservés.