



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

BLOC 3

ACCOMPAGNER
LE DÉVELOPPEMENT DE
SOLUTIONS
MÉDIA ET DIGITALES
INNOVANTES

Environnement professionnel

**La communication : un
paysage protéiforme et
mouvant**

**Des missions chez les
prestataires**

Régies publicitaires

Dans les services :

marketing

études

innovation

Agences media et/ou digitales

Dans les pôles :

conseil

étude



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité*

Sens

Former de futurs professionnels
réactifs et adaptables...

à divers contextes locaux
en perpétuel mouvement

aux évolutions permanentes
des innovations,
notamment digitales

aux attentes des
professionnels qui recrutent



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Enjeux

Maximiser la valeur ajoutée apportée par chaque titulaire du BTS Communication...

à sa propre
professionnalité

à son
employeur

à son client-
annonceur



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

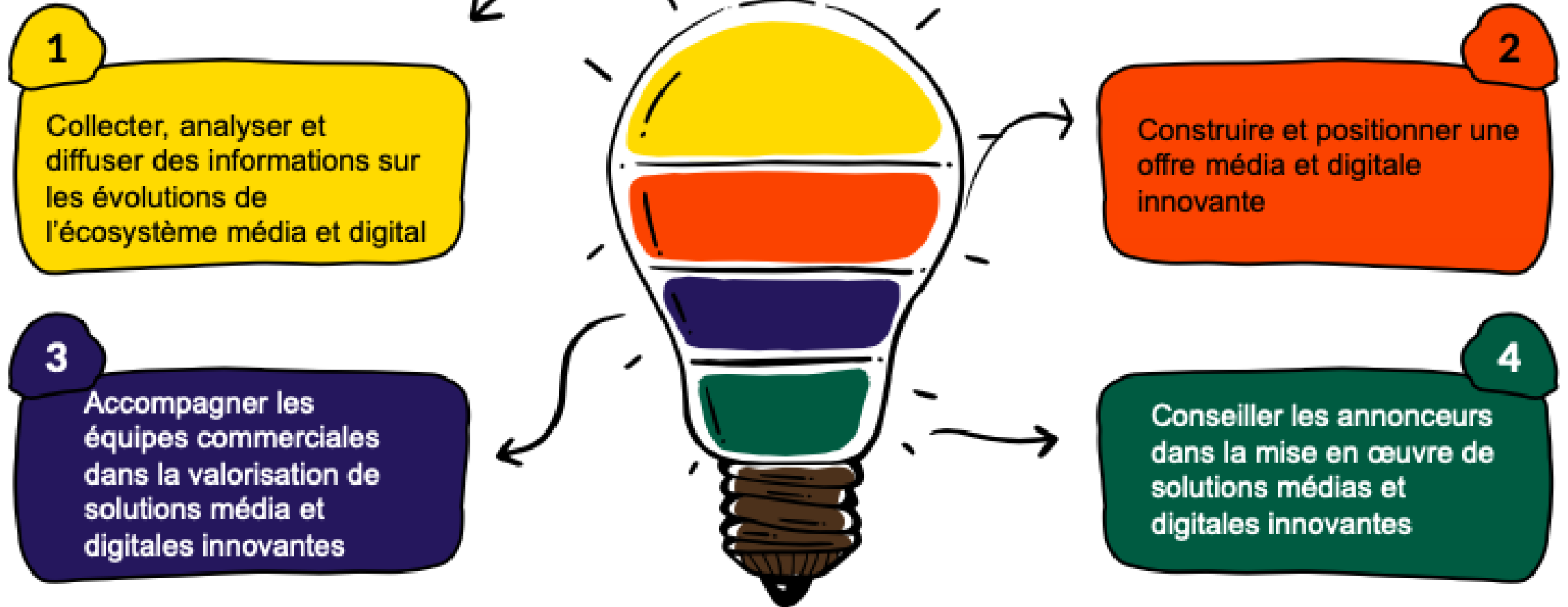
Contexte

Volonté des
annonceurs
d'optimiser leurs
achats de prestations
de communication et
la performance de
leurs campagnes

Complexification des
solutions de
communication,
notamment digitales,
dans des univers très
concurrentiels et
mouvants



Compétences





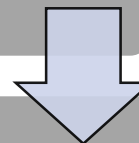
MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

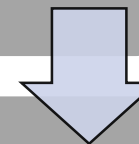
Compétence

**Collecter, analyser et
diffuser des informations
sur les évolutions
de l'écosystème média et
digital**

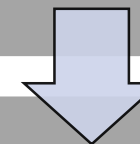
Exploitation d'études



Veille sur les acteurs et les
innovations dans le domaine des
médias et du digital



Identification des évolutions
culturelles, sociétales et
réglementaires



Élaboration et diffusion de
synthèses opérationnelles



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Mediametrie

EAR

**La nouvelle
mesure radio**



ÉTUDE DE CAS

Les études de référence
et les études d'audience



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Scénario pédagogique

Travailler à partir des synthèses de résultats d'études publiées en ligne.

Identifier les objectifs de l'étude, la définition de la population mère, la composition et le recrutement de l'échantillon, les différents types de questions et d'administration



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Compétence Construire et positionner une offre média et digitale innovante

Analyse des offres existantes
des attentes du marché et de
l'univers concurrentiel

Intégration des solutions
innovantes

Adaptation et construction de
l'offre

Positionnement de l'offre



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

leboncoin
Publicité

ÉTUDE DE CAS

In-Store, la nouvelle solution pour booster son trafic en magasin

Définition avec l'annonceur du meilleur ciblage (géographique, data...).

Réalisation de créations adaptées en fonction du média et des supports de diffusion (interstitiel, méga native, carrousel...).

Mise en ligne sur leboncoin et Meta

Optimisation et mesure de l'impact sur le trafic en magasin.

ÉTUDE DE CAS

- TF1 Publicité propose des **écrans publicitaires** exclusivement réservés aux spots des produits ou services qui répondent aux
 - **normes reconnues et validées par l'ADEME.**
 - Ces spots sont annoncés par un jingle spécifique.
- Offre disponible sur la chaîne TF1, en digital sur MYTF1 et en radio avec les Indés Radios.

• *Source : Site internet tf1pub.fr/actualites/tf1*



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Scénario pédagogique

Identifier les innovations en prenant, par exemple, appui sur les communiqués de presse des régions et des agences et sur les rubriques “innovation” de la presse.

Visionner les conférences professionnelles et les remises de prix pour identifier les innovations récompensées.

Analyser, dans les prises de parole des régions et des agences media, les arguments mis en avant pour convaincre les annonceurs de l'intérêt de la nouvelle offre.



**MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Compétence

**Accompagner les
équipes commerciales
dans la valorisation de
solutions média et
digitales innovantes**

**Analyse du portefeuille
annonceurs**

**Proposition d'axes de
développement commercial**

Élaboration d'argumentaire

**Création d'outils d'aide à la
prospection et à la vente**



**MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

ÉTUDES DE CAS

- > Plus de 63 000 visites sur l'espace dédié
- > Plus de 540 000 vidéos vues sur l'écosystème NEO

Téléchargez nos bestcases



Bestcases

additi média
GRUPE OUEST-FRANCE

Parmi l'ensemble de nos audiences touchez votre cible utile !

2,6 millions de lecteurs par jour
3,9 millions de visiteurs uniques par jour
(sources : ACPM ONE Next 2022 S1 - Piano analytics Juin 2022)

Additi Média vous accompagne pour créer et diffuser votre publicité sur nos supports

Kit média



Vidéo de présentation



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Scénario pédagogique

Visiter les sites des principales régions pour analyser les stratégies argumentatives utilisées pour la promotion des offres classiques en les comparant à celles utilisées pour promouvoir les offres innovantes.

Construire un argumentaire s'appuyant sur des données quantitatives (chiffres clé) et qualitatives (verbatim, nuages de mots, tendances...).



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Compétence Conseiller les annonceurs dans la mise en œuvre de solutions médias et digitales innovantes

Analyse d'une problématique
média ou digitale de l'annonceur

Propositions de solutions innovantes
stratégiques créatives ou techniques
dans un environnement média et digital

Suivi de la relation client et
accompagnement au changement

Évaluation des performances

ÉTUDE DE CAS



« Comment implanter et faire émerger deux marques de petfoods haut-de-gamme, reconnues au Canada, auprès d'une cible de consommateurs et distributeurs français ? ».

Brief auquel l'agence Hula-Hoop a répondu :

Campagnes TV et stratégie média

Des campagnes média sur TF1 et YouTube

Influence

Partenariats avec des micro et macro-influenceurs

Stratégie de contenus

Définition de la stratégie de contenus et média Social Media

Source : site de l'agence www.hula-hoop.fr



MINISTÈRE
DE L'ÉDUCATION
NATIONALE
ET DE LA JEUNESSE

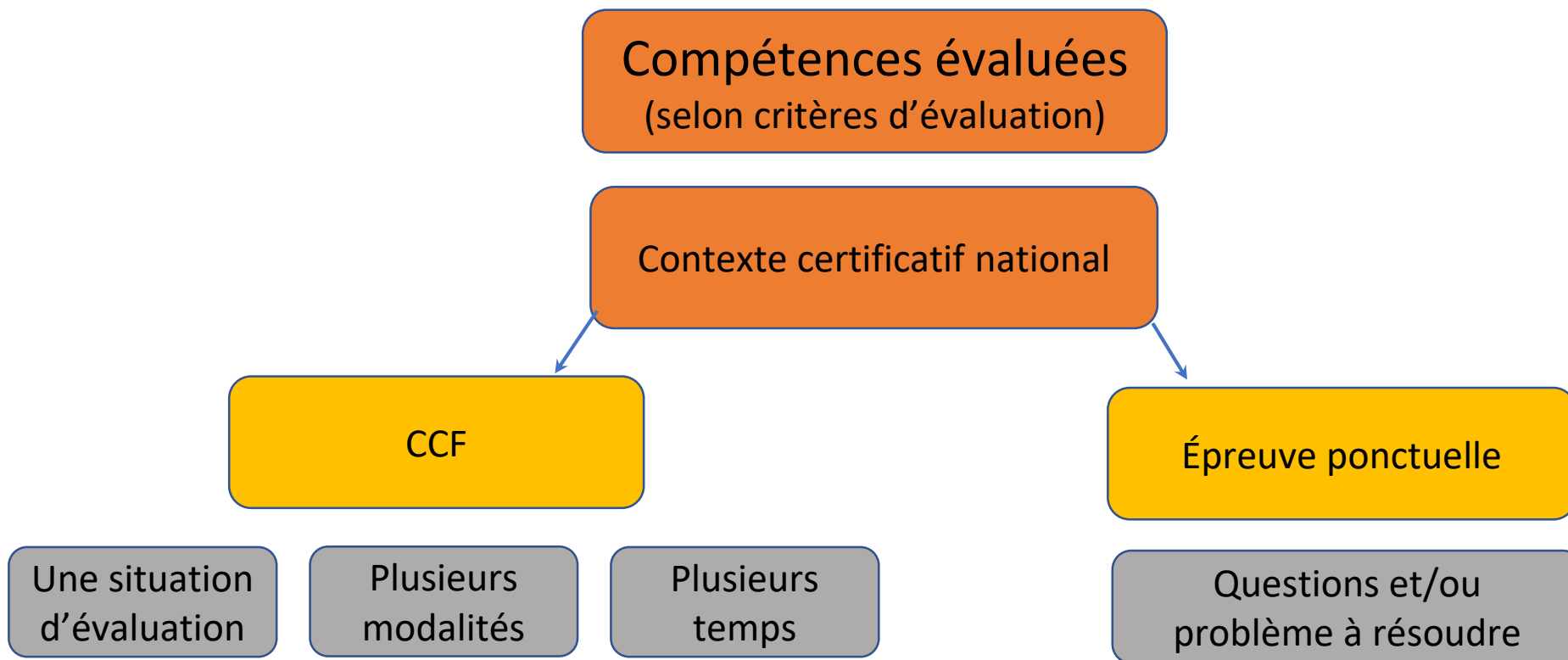
*Liberté
Égalité
Fraternité*

Scénario pédagogique

Diviser la classe en groupes. Les équipes annonceurs (service achat et service communication) choisissent une entreprise et un problème de communication.

Les agences annonceurs rédigent un brief qu'elles remettent à l'agence media. Les différentes agences media devront choisir des experts par média et des experts en charge de l'orchestration plurimedia.

Certification épreuve E6



Contextes formatifs

Pour préparer les contextes certificatifs, pour s'entraîner. Ressources disponibles sur Pearltrees :



<http://crcm-tl.fr>