

Marketing des médias : comprendre les stratégies « GAFANs » et développer la distribution de son contenu sur les nouvelles plateformes digitales

VERSION	MODALITÉ PÉDAGOGIQUE	DATES
7/12/2022	Une journée de formation en salle comprenant des exposés théoriques ainsi que des études de cas concrets. Les cours sont dispensés à l'aide d'un paperboard et d'un vidéo-projecteur (sondages en temps réel, quizz, et nombreuses interactions avec les participants). Pédagogie active et participative. Formation dispensée en français	11 et 12 avril 2023
ACCESSIBILITÉ	SUIVI & ÉVALUATIONS	DURÉE
Formation dispensée en français	Envoi de la présentation de l'intervenant. Feuilles de présence. Fiches d'évaluation remises en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation et évaluation via un QCM.	14h réparties sur 2 journées
DÉLAI D'ACCÈS	OBJECTIFS	TARIF
La tenue de la formation sera confirmée aux participants inscrits 2 semaines avant le début de celle-ci si le nombre minimum de participants à la formation est atteint (minimum : 6 personnes) ; en Intra sur demande.	<ul style="list-style-type: none"> • Décrypter la distribution des contenus sur ce paysage audiovisuel en pleine mutation : usages des consommateurs, fonctionnement et stratégie des acteurs historiques et nouveaux entrants, modèles économiques, innovation et opportunités • Avoir une compréhension plus spécifique des nouveaux modèles développés par les GAFANs (publicité, production des séries, business modèles OTT) • Donner des solutions pour optimiser la distribution, la promotion et la vente de ses espaces publicitaires via ses contenus au travers d'études de cas concrètes (SVOD, TVOD, AVOD) • Avoir un éclairage français sur ces sujets pour partager des best practices mais comprendre également nos marchés voisins 	900€ HT.
OBJECTIF		
Une formation pour s'informer des dernières tendances dans le marketing des médias et pouvoir optimiser la distribution de son contenu sur les nouvelles plateformes OTT et le digital.		
PUBLIC VISÉ & PRÉREQUIS		
Formation ouverte à tout professionnel travaillant dans le secteur de la culture, des médias et du numérique. Bilan de positionnement sur demande. Aucun pré-requis n'est demandé.		
INTERVENANTS		
Rémi TERESZKIEWICZ Directeur Général, <i>BetaSeries</i>		
PROGRAMME		
JOUR 1	JOUR 2	
09h30 - 13h00	09h30 - 13h00	
Décrypter le marché audiovisuel : une approche par l'usage <ul style="list-style-type: none"> • Impacts et enjeux technologiques, clarification des vocabulaires techniques • Evolution accélérée des usages-benchmark européen • Case studies d'usages sur l'OTT & les séries 	Etre capable de tirer des enseignements pratiques des stratégies GAFANs <ul style="list-style-type: none"> • Plans marketing et tactiques des plateformes OTT • Analyse métier : séries TV et/ou publicité 	
14h30 - 18h00	14h30 - 18h00	
Etre capable d'analyser l'écosystème media <ul style="list-style-type: none"> • Analyse par segment : nouvelle chronologie des médias, modèles économiques historiques et nouvelles opportunités, stratégies et tactiques des acteurs historiques, cas pratiques • Stratégies marketing des GAFANs • Scénarios prospectifs media (France et Europe), Perspectives post-crise 	Construire des stratégies d'optimisation, focus segment <ul style="list-style-type: none"> • Les solutions pour optimiser la distribution de ses contenus : de la stratégie à l'opérationnel • Cas pratiques AVOD/SVOD • Développer sa stratégie de marque-Q&A bilan 	