



Apprivoiser la publicité interactive

Une journée complète visant à vous familiariser au monde de la publicité sur le web et vous habiliter à engager un dialogue influent avec vos agences de publicité interactive.

Objectif

Ce séminaire vous permettra d'acquérir les informations de base avant d'engager votre société dans des campagnes de communication sur Internet. L'objectif prioritaire étant d'engager un dialogue avec vos agences et de maîtriser la teneur de leurs recommandations, vous quitterez cette formation plus équipés dans les différents domaines du web.

Qui devrait participer

Le séminaire s'adresse aux professionnels ayant des questions liées à la communication sur Internet, qu'ils soient juniors ou confirmés. Internet se renouvelant quotidiennement, les chefs de produits, les chefs de communication-marketing et les personnes responsables de gérer les plans de communication de leur entreprise bénéficieront particulièrement de cette formation.

Programme

Définition d'Internet : ce que nous allons couvrir

- Internet, rien qu'Internet

Les domaines de la communication : du traditionnel au numérique

- La publicité
- Les supports médias (pure players - sites de médias traditionnels - réseaux de sites...)
- Les formats (bannières - vidéo - out of the box ...)
- Les études / la mesure d'audience (ad servers - third party..)
- La vidéo sur Internet

Ce qui n'existe pas dans le monde réel

- SEO / SEM
- Social media
- Le gaming (jeux vidéo interactifs en ligne)

Repartir de vos objectifs : tout est pareil, rien n'est pareil

- Attitude des annonceurs face à la publicité numérique

Le conférencier : Olivier Soussy

Ayant passé le plus clair de sa vie professionnelle en agences de publicité, tant à Paris qu'à Montréal (Saatchi, DDB, Mc Cann, Cossette), Olivier Soussy cumule une expérience de conseil auprès de clients de renom (P&G, GM, Danone, Bell Canada...) et une expérience d'entrepreneur. À travers sa régie publicitaire sur Internet, il a été le premier à vendre la Toile du Québec, MusiquePlus ou Voir aux annonceurs canadiens, et ce, dès 1997. Avec Digital Attitude en France, ses clients, parmi lesquels Lancôme, les Assurances Générales de France (AGF) ou Kenzo, ont expérimenté la communication sur Internet. De retour au Québec, il a occupé le poste de directeur des ventes Internet et services numériques de Radio-Canada. Il est aussi impliqué au sein de L'IAB, et membre fondateur du BPIQ (Bureau de la Publicité Internet du Québec, ancêtre de l'IAB).

Les coûts

Les frais d'inscription à la formation (incluant la documentation, le dîner et les pauses-santé) sont les suivants :

- 400 \$ pour les membres de l'ACA (taxes en sus)
- 700 \$ pour les non-membres (taxes en sus)

Lieu

Sauf indication contraire, tous les séminaires ont lieu au bureau de l'ACA qui est situé :

2015 rue Peel, Bureau 925,
Montréal QC H3A 1T8
Station de Métro : Peel
Tel / Fax : (514) 842-6422

Pour plus d'information, veuillez contacter

Davina Wong au 1-800-565-0109 / dwong@ACAweb.ca
ou Paul Hétu au (514) 842-6422 / phetu@ACAweb.ca