



# La planification stratégique – Tour d’horizon pour mieux gérer ses campagnes

## Objectif

Ce séminaire vous permettra d’acquérir les réflexes de base nécessaires pour pouvoir bien planifier vos campagnes. Les grandes étapes d’une planification stratégique incluant notamment les informations clés à fournir, les analyses à faire, les décisions à prendre, la recherche *d’insight*, l’évaluation des campagnes seront abordées.

## Qui devrait participer

Ce séminaire s’adresse aux professionnels du marketing et des communications soucieuses d’avoir un regard complet sur le processus de planification de campagnes. Les personnes en charge des campagnes bénéficieront tout particulièrement de ce séminaire en révisant les éléments clés d’un processus de planification, importants pour bien gérer les campagnes et les activités aussi bien internes qu’en lien avec les agences.

## Programme

Le cours permettra aux participants d’avoir un regard structuré et structurant sur les éléments clés de la planification stratégique.

Les grandes étapes du processus seront décrites, et des exemples concrets seront utilisés pour illustrer les différents points.

Des exercices pratiques individuels et/ou en équipes seront organisés au cours de la journée pour faciliter l’apprentissage.

Plus spécifiquement, le cours couvrira les éléments suivants :

- Le processus de la planification stratégique incluant les grandes étapes
- Les informations, données et analyses nécessaires (sur le produits, les clients, le contexte, etc.)
- La définition de *l’insight* et du déclencheur de campagne (comment le trouver, comment le juger)
- L’architecture de campagne
- Les résultats et éléments de mesure

## LA CONFÉRENCIÈRE : VALÉRIE SAPIN

Valérie vient de se joindre à Gaz Métro pour diriger les équipes Marketing, amenant avec elle un bagage de plus de 18 ans dans les domaines du marketing et des communications.

Avant de se joindre à Gaz Métro, Valérie était Directrice Générale de la division de planification stratégique de Cossette, où elle est restée 11 années. Elle conseillait alors divers clients sur des sujets relatifs à leur positionnement, stratégie de communications et leur planification stratégique. Au sein de Cossette, elle s'assurait, avec les différentes équipes, d'explorer continuellement les tendances de consommation, l'environnement des produits et des marques afin de dégager les angles stratégiques servant de base aux communications développées et aux moyens mis en place pour rejoindre adéquatement les clients. Parmi les entreprises avec lesquelles elle a collaboré, citons Rio Tinto Alcan, le Ministère du Tourisme du Québec, Domtar, Postes Canada, Banque de Montréal, La Croix-Rouge canadienne, Home Depot, Radio-Canada, Conseil des arts du Canada, etc.

Auparavant, Valérie avait travaillé du côté client dans des entreprises en haute technologie, en supervisant notamment le repositionnement de *Discreet Logic* (maintenant *Autodesk*), chef de file mondial en logiciels et systèmes d'effets visuels.

Elle a obtenu un diplôme d'ingénieur en France. En plus de ses fonctions professionnelles, elle siège sur le conseil d'administration du Théâtre du Nouveau Monde à Montréal.

### 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  
De 8h30 à 16h30

### Pour plus d'information, veuillez contacter

Davina Wong au 1-800-565-0109 / [dwong@ACAweb.ca](mailto:dwong@ACAweb.ca)  
ou Paul Hétu au (514) 842-6422 / [pnetu@ACAweb.ca](mailto:pnetu@ACAweb.ca)