

Opleiding : Een digitale reclamecampagne lanceren

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. CPD

Prijs : 1360 € V.B.

Deze cursus stelt je in staat om alle elementen te begrijpen die komen kijken bij het lanceren van reclamecampagnes op internet: specifieke kenmerken, spelers, online mediaplan, enz. U leert vooral hoe u uw campagnes kunt targeten, succesvol kunt beheren en effectief kunt samenwerken met uw partners.

Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ De specifieke kenmerken van online reclamecampagnes begrijpen in vergelijking met traditionele mediacampagnes
- ✓ Een stapsgewijze digitale reclamecampagne ontwikkelen
- ✓ Een mediaplan opstellen en effectieve mediaplanning implementeren

Doelgroep

Communicatie-/marketingmanagers, product- of marktmanagers, projectmanagers, tekstschrijvers of iedereen die net begint met het runnen van een online reclamecampagne.

Voorafgaande vereisten

Basiskennis van marketing.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Discussies en feedback. Theoretische input, oefeningen en casestudies.

Leer methodes

Actief onderwijs op basis van discussie, voorbeelden, praktische casestudy's en beoordeling tijdens de hele cursus.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Communicatie-/marketingmanagers, product- of marktmanagers, projectmanagers, tekstschrijvers of iedereen die net begint met het runnen van een online reclamecampagne.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Basiskennis van marketing.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...
De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 De rol van digitaal in een reclamecommunicatiestrategie definiëren

- De doelstellingen en verwachtingen van een digitale reclamecampagne bepalen.
- Begrijpen hoe de "aan" en "uit" lijn elkaar aanvullen.
- Evaluer de voordelen van de verschillende e-marketinghefbomen: display, SEM, affiliatie, e-mailing, enz.
- Begrijp de nieuwe advertentiemogelijkheden die sociale netwerken bieden en de uitdagingen van multiplatformreclame.
- Focus op mobiele media.

Workshop storytelling

Brainstormen over de voordelen en beperkingen van beeldschermen.

2 Inzicht in de belangrijkste spelers in digitale reclame

- Adverteerders.
- Mediabureaus.
- Uitgevers en reclamebureaus.
- Nieuwe media-inkooptools: Ad Exchanges en Real Time Bidding-platforms.

Praktisch werk

Schrijf een communicatiebrief voor een partner.

3 Uw digitale mediaplan opstellen

- Arbitrage over reclame-investeringen.
- Zorg ervoor dat de verschillende reclamehefbomen elkaar aanvullen.
- Leer meer over de verschillende manieren om displays te kopen.
- Begrijpen hoe Google Adwords werkt.
- Selecteer sites voor je mediaplan.
- Een mediaplan opstellen.
- Stel je inkoopstrategie op en bereid je voor op onderhandelingen.
- Een lanceerschema voor de campagne opstellen.

Casestudy

Een mediaplan opstellen op basis van een echte reclamecampagne en een vooraf bepaald budget.

4 Focus op creatieve reclame

- De meest effectieve locaties en de meest geschikte indelingen op een site.
- Targeting optimaliseren.
- Pas het ontwerp aan het juiste medium aan: web, mobiel/tablet, multi-apparaat, enz.
- De kracht van verhalen: Brand Content, crossmedia, transmedia...
- Beeldmarketing en video's.
- Implementeer campagnes op het sociale web en mobiel.
- Reclame pre-tests.

Praktisch werk

Ontwikkel je creatieve beoordelingsvermogen door digitale reclamecampagnes te analyseren.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

5 Een digitale reclamecampagne beheren en bewaken

- Beheer de verschillende campagnehefbomen.
- Sleutelindicatoren en effectieve prestatiebewaking definiëren.
- Breng verbeteringen aan tijdens de campagne.
- Specialiseer je campagnes: focus op branding, focus op engagement, focus op conversie, enz.
- Meet de impact van de campagne met behulp van posttests voor reclame.

Praktisch werk

Een dashboard opstellen voor een digitale reclamecampagne.