

Outils de communication - Marketing digital

Contenu

35 heures / 5 jours

Outils de communication

L'identité

créditer l'entreprise d'une identité claire et reconnue (positionnement, logo, signature)

L'incitation

promouvoir les produits et services (marketing direct, annonces presse, aide à la vente, relations publiques, salons)

L'intégration

élaborer une image institutionnelle (brochure de présentation, lettre d'information, actions thématiques, parrainage d'un événement, relations presse)

L'investigation

Connaître les ressources info des clients.
appréhender le niveau de satisfaction des publics cibles

Visibilité du cinéma

Emission radio (locale)

La presse (locale) magazine

Démarcher les CE et les entreprises

Montage soirée CE

Salon CE/ Parutions référentiel

Partenariats commerciaux (ex. CCI)

Construire le budget communication de son cinéma

Frais de graphiste/agence

Communication papier

Pertinence du programme papier

Fréquence – contenu

Affichage

Affichage papier

Affichage dynamique

Journaux gratuits : payants

Mise en valeur des produits (abonnement, etc...)

Publipostage

Street Marketing

Chéquiers promotionnels

Couponing en ligne

Opérations GMS (dos de ticket,...)

Location de salle (tarifs)

Marketing digital

Les réseaux sociaux

- Présentation et typologie
- Evolutions et Tendances



- Créer un compte et le paramétrer
- Créer une page et un groupe pour promouvoir son cinéma

Communication outils numérique

Communication cinéma

Créer et gérer une newsletter

Mailing list

Convertir une vidéo en DCP

Créer un carton DCP