

## Comment à la fois augmenter l'impact de votre message et diviser votre budget communication ?

[Wait Marketing] Workshop sur 2 jours  Marketers



- Vos clients cibles sont déjà exposés à une multitude de messages et vous avez besoin de vous différencier de vos concurrents ?
  - Vous voulez utiliser de manière optimale votre budget communication ?
- Avec le [Wait Marketing] Workshop pour Marketers, élaborer en deux jours votre campagne sur-mesure et communiquez avec vos clients au bon moment au bon endroit.

### A qui s'adresse le Workshop [Wait Marketing] pour Marketers?

- Responsables marketing et communication souhaitant optimiser leurs campagnes d'acquisition et de fidélisation.
- Professionnels du marketing et de la publicité à la recherche de moyens de communication innovants et efficaces.

### Programme

Prof. Diana Derval, inventeur du Wait Marketing, va – à partir d'exemples concrets - partager les meilleures pratiques pour augmenter l'impact de votre message tout en divisant votre budget communication :

#### 1 – Une nouvelle approche de la publicité

- 1.1. Un marché de la publicité inaccessible
- 1.2. Le "ras-le-bol" des consommateurs
- 1.3. Le succès de la publicité contextuelle
- 1.4. Le *wait marketing*: une opportunité à saisir
- 1.5. Exemples de *wait marketing* success stories

#### 2 – Efficacité du Wait Marketing

- 2.1. Contextes favorables à la communication
- 2.2. Risques d'un contact "malvenu"
- 2.3. Importance de la réceptivité des clients
- 2.4. Exemples d'impact des médias selon le contexte

#### 3 – Des campagnes de communication abordables

- 3.1. Un budget moyen attractif
- 3.2. Définir votre budget
- 3.3. Saisir les opportunités offertes par le *wait marketing*
- 3.4. Comment négocier au mieux votre budget ?

### Durée

2 Jours (9:30 -17:30)

### Participants

De 12 à 60 participants

### Lieu

Intra-entreprise

### Inscription

Par téléphone au **+31 61 824 0803**  
par email [info@derval-research.com](mailto:info@derval-research.com)  
ou sur [www.derval-research.com](http://www.derval-research.com)

Tel +31 (0) 61 824 0803  
Fax +31 (0) 61 824 0412  
[diana.derval@derval-research.com](mailto:diana.derval@derval-research.com)

### Derval Research

Prinsengracht 320A  
1016HX Amsterdam  
The Netherlands

Payment details: Rabobank Amsterdam  
SWIFT RABONL2U - IBAN NL72 RABO 3285 8698 79

VAT Number NL2573.86.981.B01  
KvK Amsterdam 34258641

#### 4 – Choisir les media adaptés

- 4.1. Un media adapté à la cible
- 4.2. Un media adapté au message
- 4.3. Un besoin croissant d'innovation
- 4.4. Choisir les bons partenaires pour votre campagne
- 4.5. Panorama des acteurs et media sur le marché

#### 5 – Construire votre campagne de *Wait Marketing*

- 5.1. Les 6M du *wait marketing*
- 5.2. Où sont vos clients ?
- 5.3. Comment attirer l'attention de vos clients cibles?
- 5.4. Comment convaincre vos clients cibles ?
- 5.5. Exemples de campagnes de *wait marketing*

#### 6 – *Wait marketing* et retour sur investissement

- 6.1. Objectifs de la campagne et mesure des résultats
- 6.2. Impact de la campagne sur la notoriété
- 6.3. Impact de la campagne sur les ventes
- 6.4. Optimiser votre portefeuille de contacts
- 6.5. Exemples de retour sur investissement

#### 7 – Vers une publicité à la demande

- 7.1. La publicité virtuelle
- 7.2. La publicité mobile
- 7.3. Une communication à 100% interactive
- 7.4. Le consommateur reprend la main
- 7.5. Les consommateurs parlent aux consommateurs

Ce Workshop va vous aider à construire une campagne de *wait marketing* sur-mesure en 6 étapes simples à mettre en œuvre :

##### 1 Mission

Quel est l'objectif de votre communication ?

##### 2 Moyens

Quelle est la taille de votre budget ?

##### 3 Message

Qui sont vos clients ? Quel est le principal message à délivrer ?

##### 4 Moment

Quel est le meilleur moment pour approcher vos clients ?

##### 5 Media

Quels sont les médias disponibles et lesquels sont les plus adaptés ?

##### 6 Mesure

Comment mesurer le retour sur investissement de votre plan de communication ?

**Contactez DervalResearch au +31 61 824 0803** et découvrez comment ce workshop va vous aider à augmenter l'impact de vos messages et à réduire votre budget.



Photo: Muriel Berthelot

**Diana Derval**, inventeur et gourou du *wait marketing*, a développé une expertise à 360° dans le domaine de la publicité par son expérience de plus de 15 ans chez l'annonceur (TomTom, Société Générale, ALD Automotive, Magasins U, ViaMichelin), en agence (Manalee, Purple Guru) et dans les médias (TF1 Publicité). Auteur de l'ouvrage « Wait Marketing : Communiquer au bon moment au bon endroit », publié aux Editions d'Organisation, titulaire d'un mastère en marketing et d'un executive MBA de l'ESSEC-Mannheim Business School, Professeur de Marketing au University of Wales MBA/Robert Kennedy College, Diana Derval intervient régulièrement au sein d'entreprises, d'universités et d'associations professionnelles.

Fondateur de DervalResearch, Diana Derval accompagne les entreprises dans la définition et la mise en place de stratégies de communication gagnantes. Elle est à l'initiative de l'Observatoire des Moments d'Attente - outil indispensable pour communiquer au bon moment au bon endroit - qui propose des informations exclusives sur le comportement d'attente des consommateurs, recueillies sur le terrain en Europe, en Amérique du Nord, en Afrique et en Asie.