

paris  
2016

## STRATÉGIE MÉDIA PLAN



Galerie Joseph  
116 r Turenne

MAI 2016

# DESCRIPTION

Nous souhaitons assurer la visibilité de Congo Oyo Nini Paris auprès de notre audience (amateurs d'art / culture, diaspora & finance) avec pour objectif marketing / communication les supports suivants:



# DIGITAL



Instagram

The image shows the Twitter logo, which consists of the word "twitter" in white lowercase letters and a white bird icon on a blue background.The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue background.

## FONCTIONNEMENT:

1. Novembre 2015: Annonce de l'événement sur digital et Site
2. Début Mars 2016: Lancement d'une campagne de communication ciblée et payante.  
Les pages seront proposées aux internautes en fonction de leur recherche habituelles et mots clés précis que nous aurons définis.
3. Insertion des logos des partenaires

## AFFICHAGES / O.O.H (2m2 affichages culturelles)



Affichage Métro : Métro Bastille, Arts et Métiers, Hôtel de ville, Filles du Calvaire, République, Métro St Paul, Oberkampf

## Congo Oyo Nini – plan média

### TV / CONTENT DEAL



### RADIO / CONTENT DEAL



### MEDIA ETHNIQUE



### MEDIA ART

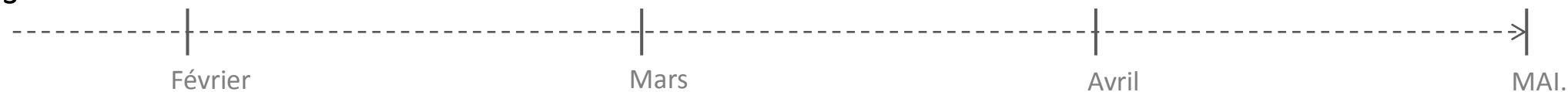


Online



# CALENDRIER

Mois



Media Ethnique

Print

TV

Radio

OOH: Affichage publicitaire

Instagram

Twitter

Facebook Ads

