

Cas de campagne

Comment générer du trafic lors de journées portes ouvertes ?

Décembre 2017 - Février 2018

L'objectif de l'école

 **Générer du trafic** aux journées portes ouvertes de l'INA sup'

 **Recruter des étudiants** en leur faisant connaître les carrières possibles dans le secteur de l'audiovisuel

La Réponse made in 20 Minutes

 Un **dispositif MultiMedia** : print, web et social, pour optimiser les contacts auprès des étudiants

 Allier **contenus** développés par nos experts 20 Minutes et diffusions stratégiques de **publicités INA Sup'**



Cas de campagne



Une mécanique publicitaire ...

Décembre 2017 - Février 2018



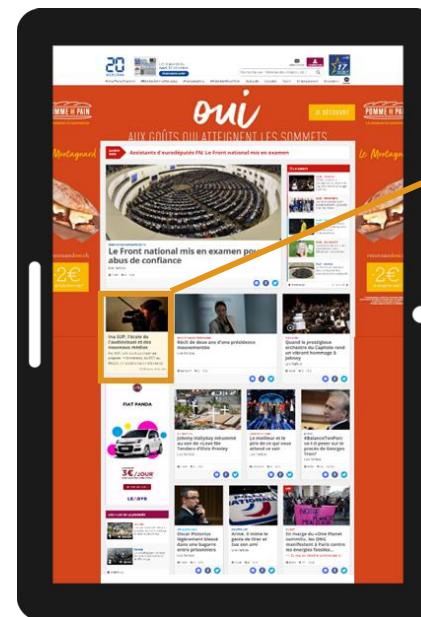
Le **feuilleton de l'entreprise** en 3 épisodes sur le print, mettant en avant les parcours d'étudiants pour **valoriser les métiers de l'audiovisuel**



Un article relayé en Home Page de 20Minutes.fr via un encart **Native Ad** + Diffusion d'un **interstitiel** sur toute la période pour travailler la **notoriété** d'INA Sup



1,1 million d'étudiants touchés sur cette campagne



Ina SUP, l'école de l'audiovisuel et des nouveaux médias
Ina SUP, une école publique qui propose 14 formations, du BTS au Master, en scolaire ou en alternance
20 Minutes Publicité



Cas de campagne

... et une diffusion de contenu pour livrer un discours pédagogique sur les métiers de l'audiovisuel et recruter des étudiants

Décembre 2017 - Février 2018



Une **vidéo en motion design** créée par les experts de 20 Minutes, relayée sur Facebook (offre « **Social Twenty** »)



« Tu veux devenir célèbre ? »
[20 Minutes Production]



148 000 vues
185 partages

« Une équipe dédiée et expérimentée, des formats impactants, un bilan de campagne très satisfaisant, nous vous faisons confiance depuis 3 ans »

Kanele Bazin, chargée de communication INA