

proposition médi(as)

CAS_ 0695-22_MSSS - Premières lignes

Revisé le10 février 2023

1	Objectifs de campagne										2	Cibles																		
Placement première ligne hiver 2022-2023											18 ans et plus et parents de jeunes 0-17 ans Qc fr. et an.																			
3	Déploiement média										4	Calendrier de diffusion															5			
					novembre					décembre				janvier				février					mars							
Média	Description	Marché	Section/ format	Visibilité estimée	31	7	14	21	28	5	12	19	26	2	9	16	23	30	6	13	20	27	6	13	20	27	Coût net			
Numérique																														
programmatique : CSPQ premium	sites d'actualités	Province de Québec FR 70%, AN 30%	300x250, 300x600	2,586,933 impressions																			ajout 15 000\$							
	audience Parents			2,222,200 impressions																			ajout 15 000\$							
bannières	Quebecor audience Adultes 18+	Qc fr.	300x250, 300x600	1,310,400 impressions																			ajout 10 000\$							
	Quebecor audience Parents			1,227,067 impressions																			ajout 10 000\$							
	The Gazette			Qc. ang	1,237,067 impressions																			ajout 10 000\$						
médias sociaux	Facebook, Instagram- Adultes 18+	Province de Québec FR 70%, AN 30%	fil d'actualité et story (objectif Portée)	2,750,000 impressions																			ajout 12 000\$							
	Facebook, Instagram - Parents			1,397,125 impressions																			ajout 6 177\$							
Lapresse+	rotation : audience Adultes 18+	Qc fr.	plein-écran	580,293 impressions																			ajout 15 000\$							
Moteur de recherche																														
SEM	marketing de recherche	Qc fr et an.	mots-clés	53,333 clics																					80,000 \$					
ajout_service Info-Social 811																														
bannières	Quebecor audience Adultes 18+	Qc fr.	300x250, 300x600	633,333 impressions																								9,500 \$		
	The Gazette	Qc. ang		266,667 impressions																								4,000 \$		
médias sociaux	Facebook, Instagram- Adultes 18+	Province de Québec FR 70%, AN 30%	fil d'actualité et story (objectif Portée)	1,396,500 impressions																								11,172 \$		

Révision 10 février :
-Ajout du budget (100K) et période de la campagne prolongée

Total net :	310,126 \$
Commission Internet :	13,062 \$
Commission Tablette :	2,611 \$
Commission SEM :	5,200 \$
Frais de mise en ligne (basé sur 6 créatifs : -1 créatif par format et par langue) :	2,700 \$
Frais de mise en ligne (basé sur 8 créatifs) :	3,600 \$
Honoraires planification :	2,700 \$
Investissement total :	340,000 \$