

Plan média

CAMPAGNE : PRÉPOSÉS AUX BÉNÉFICIAIRES (JUN)

					JUN				JUILLET						
					5	12	19	26	3	10	17	24			
DÉTAILS		MARCHÉS		FORMAT	POIDS ESTIMÉ								coût net		
numérique	programmatique : sites emplois	1. Abitibi, Bas-St-Laurent et Côte-Nord 2. Estrie, Mauricie et Centre-du-Québec	300x250, 300x600 (fr en angl)	138 000 impressions									3 450 \$		
	Native touch : travailleurs ciblés			126 300 impressions							3 158 \$				
	Médias sociaux : Facebook, Instagram (A 18+)			image et texte (fr)	600 000 impressions							6 000 \$			
SEM	marketing de recherche	1. Abitibi, Bas-St-Laurent et Côte-Nord 2. Estrie, Mauricie et Centre-du-Québec	texte	2 286 clics									4 000 \$		
Total												16 608 \$			
												Investissement net :		16 608 \$	
												commission internet :		883 \$	
												commission sem :		260 \$	
cossette média												frais de mise en ligne (basé sur 5 créatifs) :		2 250 \$	
												Total campagne :		20 000 \$	

cossette média