

BUDGETS DE LA SEMAINE

Change remporte le budget La Tribune

*Sélection de budgets de communication en ligne remportés par les agences.
Semaine du 1er au 7 septembre 2014.*

SECTEUR	ANNONCEUR	AGENCE / ÉQUIPE	DURÉE / LANCEMENT	DISPOSITIF	OBJECTIFS	ACQUISITION / RENOUVELLEMENT	EN +
Média	LA TRIBUNE	CHANGE PATRICK MERCIER CONSTANCE FRANÇOIS	-	Campagne de communication autour du slogan « 1er réseau social de l'économie réelle »	Appuyer le lancement du nouveau département La Tribune Hub Media, chargé de tous les leviers de monétisation de La Tribune	Acquisition	-
Média	LEMONDE.FR	PUBLICIS CONSEIL	-	Campagne « Ouvrez toutes les portes du Monde » en télévision et numérique	Recruter de nouveaux abonnés numériques	Acquisition	-
Editions	ASTERIX ET OBELIX (EDITIONS ALBERT RENÉ)	BRAND STATION LOIC CHAUVÉAU	-	Gestion de la stratégie social media d'Asterix et Obelix dans le monde avec refonte de l'écosystème, brand content et community management	-	Acquisition	Brand Station avait déjà réalisé la dernière campagne d'affichage de la marque en France, Belgique et Luxembourg
Automobile	RENAULT	WE ARE SOCIAL SANDRINE PLASSERAUD	Depuis le 2 septembre	Campagne social media dans une quinzaine de pays (France, Allemagne, Royaume-Uni...) et création d'un site dédié	Appuyer le lancement du nouveau véhicule Renault Trafic	Acquisition	We Are Social est également en charge de l'achat média sur Facebook et Twitter pour Renault France

Envoyez-nous vos gains de budgets par email à redaction@satellinet.fr