Le 13 novembre 2026
MOD_2024380

Formation Vente Display et Print Initiation : Vendre le display et les offres de publicités et e-publicité au sein d'une régie média

Durée : 14 heures



Programme de la formation

Public visé

- Commerciaux au sein de régies médias commercialisant des formats online (PQR, presse, radio, télévision...)
- Direction commerciale en régie ou agence média
- Chef de publicité
- Chef de produits digitaux en régie
- Responsable marketing régie
- Chargé de promotion

Plus généralement, des collaborateurs en contact avec des annonceurs au sein d'une régie, d'un média, éditeur, site marchand ou monétisant son audience

Pré-requis

- Maitriser les fondamentaux de la démarche commerciale
- Connaitre les bases de la communication et l'environnement média
- Une aisance avec le web est un plus

Formation idéale pour les collaborateurs récemment recrutés
Un questionnaire de positionnement sera proposé aux participants en amont de la formation afin de valider ces prérequis.

Objectifs pédagogiques

- Maitriser les enjeux de la Communication Digitale
- Préconiser et vendre les offres display sur un site d'actualité et des offres print
- Défendre son offre et mesurer l'impact d'une campagne digitale (display, social Ads...)

A l'issue de cette Formation Vente Display Initiation : vous serez en mesure de maitriser les enjeux de la communication digitale pour les annonceurs, mais également de préconiser, vendre les offres digitales et en mesurer les performances avec votre client.

Description / Contenu

JOUR 1

1ère partie : Comprendre les enjeux du marketing digital (côté annonceur)

- S'immerger dans l'écosystème marketing digital (évolutions, tendances, réglementations...)
- Découvrir les spécificités des différents leviers webmarketing (SEO, SEA, SMA...) et publicitaires (on / offline)
- Comprendre le rôle des médias traditionnels (focus Print) et du levier Display dans une chaine de valeur (parcours clients)
- Cerner les attentes et besoins des annonceurs sur différentes problématiques de communication
- Distinguer les objectifs de campagnes (visibilité / trafic / performance)
- Préconiser et vendre des nouvelles solutions (ex : vidéo)
- Evaluer l'impact d'une campagne média en mesurant les indicateurs essentiels (KPI)

2ème partie : Prendre du recul sur le positionnement de son offre publicitaire (côté régie)

- Comprendre le fonctionnement entre les acteurs de votre titre / site (éditeur, rédaction, trafficking et sales)
- Apporter un regard sur les outils technologiques (ad-server, SSP, DMP...) et la gestion de l'inventaire publicitaire sur le web
- Etudier les comportements de vos audiences sur le site web/ support print
- Analyser votre offre existante et les pratiques actuelles de votre régie publicitaire
- Appréhender les enjeux du secteur média dans un écosystème digital en constante mutation (ex : TV adressée, Retail Media, DOOH...)
- Mesurer l'ampleur des évolutions du display avec l'essor du programmatique

JOUR 2

3ème partie : Définir les contours de votre offre publicitaire (Web + Print)

- Appréhender la diversité des formats (multi-devices) : bannières standards IAB, Native Ads, VOL, OPS...
- Définir une politique tarifaire : construction de la grille et alignement avec le marché concurrentiel

- Etendre la portée des campagnes classiques dans « l'open web » et les médias sociaux
- Retravailler un média kit
- Construire son argumentaire de vente
- Définir un plan d'actions commerciales

4ème partie : Optimiser la monétisation des contenus

- Développer les revenus publicitaires de votre site (yield management)
- Diversifier la palette des emplacements et formats (sponsoring, conversationnel...)
- Respecter la gestion du consentement des internautes
- Capitaliser sur la data 1st party
- Maintenir l'attractivité de vos offres
- Mettre en place une veille d'innovation du marché (ad-tech)

Compétences acquises à l'issue de la formation

- Maitriser les enjeux de la Communication Digitale
- Préconiser et vendre les offres display sur un site d'actualité
- Défendre son offre et mesurer l'impact d'une campagne digitale
- Mesurer les performances de sa campagne et l'analyser avec son client

Modalités pédagogiques

- Formation Vente Display Initiation avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing
- Nous pouvons adapter notre pédagogie aux différents participants afin, par exemple, de rendre accessible nos sessions aux différentes situations de handicap. Pour cela, précisez-le nous dès nos premiers échanges pour affiner notre démarche et faciliter l'acquisition des compétences par l'ensemble des participants.

Moyens et supports pédagogiques

Atouts de notre offre de formation marketing digital : Bénéficiez de l'expérience client-agence de notre équipe d'experts formateurs maîtrisant parfaitement les thématiques du webmarketing.

- Moyens pédagogiques : Training (cas pratiques, quiz, mises en situation, analyses de bonnes pratiques...)
- Support : Le formateur vous remettra le support pdf de cette formation à l'issue de la session
- Pour les formations Intra, en option : un bilan de formation pourra être remis au dirigeant ou commanditaire de formation (pour les formation INTRA comprenant plusieurs journées de formation)
- Pour les formations Intra, en option : possibilité de mettre en place un accompagnement post formation sous la forme d'un suivi personnalisé et récurent par le formateur durant les mois suivants la formation
- Pour les formations Intra, en option : Bilan annuel des actions de formation pour les cursus supérieurs à 10 sessions de formation

Modalités d’évaluation et de suivi

- Un questionnaire de positionnement est envoyé aux participants en amont de la formation pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie
- Signature d'un émargement par les participants et le formateur afin de justifier l'assiduité de chacun (émargement électronique)
- Recueil à l'oral des besoins par le formateur au démarrage de la formation
- Echange en fin de formation entre les participants et le formateurs pour valider que la formation a bien répondue aux attentes des participants et que les objectifs pédagogiques ont été atteints
- Un questionnaire d'évaluation est envoyé aux participants pour mesurer l'acquisition des compétences à l'issue de la formation.
- Un formulaire de satisfaction est rempli par les participants à l'issue de la formation pour recueillir leurs satisfactions et mesurer la qualité de la formation assurée.

Informations sur l'accessibilité

Nous pouvons apporter des installations ou prestations spécifiques pour les personnes en situation de handicap.
Nous pouvons adapter notre pédagogie aux différents participants afin, par exemple, de rendre accessible nos sessions aux différentes situations de handicap. Pour cela, précisez-le nous dès nos premiers échanges pour affiner notre démarche et faciliter l'acquisition des compétences par l'ensemble des participants.

Modalité d'admission et délais d'accès

Dates d'entrée en formation :

- En Intra : des dates sont proposées tout au long de l'année sur demande, dans des sessions jusqu'à 8 collaborateurs.
- En Inter : les sessions seront confirmées à partir de 3 participants engagés minimum, la session sera confirmée à J-7. Il est toujours possible de rejoindre une session INTER confirmées jusqu'à 48 heure avant la première session.

Matériel pour participer à une session de formation :

- En présentiel : apportez votre ordinateur portable avec chargeur, une connexion Internet wifi sera requise.
- En distanciel : vous devez disposer d'un ordinateur, d'une connexion Internet haut débit (supportant une séance visio), un casque audio est également recommandé (type kit piéton)

En fonction de la thématique de la formation, prévoyez les accès aux outils et plateformes de votre entreprise nécessaires depuis votre ordinateur (Google Analytics, Admin CMS, Admin Réseaux Sociaux, compte Google Ads....),

Témoignages des Participants

(si formation déjà réalisée dans sa forme et son programme actuel)

Voici des témoignages de participants à cette Formation Vente Display Initiation :

- "Très bonne pédagogie. Je me sens mieux armé pour vendre le display et présenter les bilans de campagne" Arnaud T. - Octobre 2021
- "formation très intéressante dans le cadre de ma prise de poste, des informations concrètes et des réponses adaptées à mon portefeuille. J'ai appris beaucoup de choses très intéressantes, qui mérite d'être appliquées très concrètement sur le terrain" Marine B. Mars 2022

- "Le formateur a été structuré rapide et efficace, très naturel et spontané, très bon animateur... et très pédagogue" Caroline T. - Mars 2022
- "Formation très intéressante, le formateur a su nous dynamiser et nous impliquer dans les nouvelles donnes du web" David C - Octobre 2021
- "Bonne mise à niveau me concernant très satisfait de cette formation que je recommande" Christophe G. - Octobre 2021
- "Formation très fluide, avec beaucoup d'informations simples et efficaces. Le + : les travaux en groupe, permet d'apporter nos connaissances et expériences" Romane A. - Mai 2021
- Une formation "très bénéfique pour moi. (Je suis) beaucoup plus pertinente dans mes ventes, et un bon formateur que je recommande vivement" Murielle G. - Août 2020

Découvrez nos thématiques sur la formation Régie Publicitaire Digitale

- Notre formation Vente Display Avancé
- Notre formation Monétiser son Inventaire Publicitaire