

Formation Campagne Display & e-Publicité : Optimiser le pilotage de votre plan média digital

Durée : 7 heures



Programme de la formation

Public visé

Chargé(e) de projets digitaux / Chef(fe) de projet marketing et-ou communication / Responsable marketing / communication.

Plus généralement, les professionnels souhaitant travailler leur visibilité et leur notoriété sur le web avec des campagnes display performantes.

Pré-requis

Pas de prérequis nécessaire pour participer à cette formation.

La gestion opérationnelle de campagnes sur les médias sociaux est un atout pour appréhender le principe de l'automatisation d'achat d'espaces.

Un questionnaire de positionnement sera proposé aux participants en amont de la formation afin de valider ces prérequis et de mesurer leurs compétences.

Objectifs pédagogiques

- Rationnaliser vos investissements publicitaires grâce à la précision offerte par le programmatique
- Activer la Data pour déployer des campagnes pertinentes et efficaces
- Définir les critères d'évaluation (KPI) alignés avec vos objectifs business

À l'issue de cette formation Campagne Display et e-Publicité vous serez en mesure d'acheter des campagnes Display sur des sites et applis d'éditeurs médias.



Description / Contenu

Partie 1

- Origine de la publicité Internet (e-pub)
- Display, search, affiliation, emailing, comparateurs...
- Acteurs historiques
- Transfert de valeur des médias Offline vers le digital
- Panorama du marché actuel
- Evolution des investissements publicitaires
- La riposte des éditeurs vs l'hégémonie des GAFAM

Partie 2

- Media-planning vs Audience-planning
- Avènement du programmatique (automatisation)
- Principaux acteurs et outils (DSP, SSP, DMP...)
- Modes d'achats (RTB, private auction, deal ID...)
- Sources des données (ciblage comportemental)
- Cas d'usages du marketing prédictif
- Rôle du levier Display dans le mix-marketing
- Formats et créas
- Objectifs et KPI : Branding / Trafic / Performance
- Technologiques tierces (synchronisation, vérification)
- Publicité responsable (transparence, maîtrise du contexte de diffusion, respect des données personnelles...)

Des ateliers de mise en pratique : identifier des sources de données, supports et solutions éligibles, rédiger un brief complet, "challenger" les propositions des régies / trading desks.

Compétences acquises à l'issue de la formation

- Mesurer les performances de vos actions
- Optimiser vos investissements publicitaires sur les plateformes d'achat de Display
- Déployer des campagnes pertinentes et efficaces grâce à l'usage de la Data
- Définir les critères d'évaluation (KPI) alignés avec vos objectifs business

Modalités pédagogiques

- Formation Display et e-publicité avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Des exercices et des simulations avec débriefing

Moyens et supports pédagogiques

Atouts de notre offre de formation Campagne Display et e-publicité : 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 récurrent 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 répondu aux attentes des participants et que 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 Campagne Display & e-Publicité :

- "J'ai apprécié la reprise et l'analyse de nos anciens bilans de campagnes et nos échanges sur les différents prestataires dans le programmatique prestataires" *Aurélie L - Avril 2023*
- Les formateur est "Pédagogue, envie de nous aider, bon esprit, très professionnel !" *Aurélie L - Avril 2023*
- "Merci Clément, très intéressant et des exemples concrets qui permettent d'y voir plus clair!" *Adèle L - Avril 2023*

Découvrez nos thématiques sur la [formation SEA : Référencement Payant et e-publicité](#)

- Notre [formation Google Ads Avancé](#)
- Notre [formation Gérer vos Campagnes GOOGLE ADS I En 2 jours](#)