

The background is a dark, semi-transparent overlay of a smartphone screen. The screen shows various analytics metrics in a light blue/grey font. Visible text includes '17,811' (likely impressions), '120,000' (likely views), 'May' (a month), 'Avg. daily viewers' (a metric label), '115,945' (a large number), and percentages '95%' and '26%'.

# Publicité et web analyse

# Prospective sur la publicité digitale

## Formation Publicité et web analyse



### INFORMATIONS UTILES

- 2 jours - 14h (Sur Mesure possible)
- 750€ HT /Pers
- **Objectifs Pédagogiques**
  - Renforcer l'analyse de trafic des sites en gestion
  - Comprendre les sources d'acquisition de trafic digital
  - Mettre des campagnes publicitaires en ligne
  - Gérer l'inventaire publicitaire
  - Comprendre les rapports de campagne
- **À qui s'adresse la formation ?**
  - Responsable et chargé(e) de communication, responsable marketing, journaliste, rédacteur en chef, chef d'édition
- **Niveau Requis**
  - Débutant avec des connaissances de l'univers digital
- **Matériel Requis**
  - Les stagiaires devront se munir d'un ordinateur, ainsi que d'un carnet de notes



### PROGRAMME

#### JOUR 1 : Le digital dans l'univers des médias

- Panorama du marché des médias
- Les modèles économiques : publicité ou pas ?
- Modèle gratuit
- Modèle gratuit/payant Modèle payant
- Étude de 3 cas médias

#### Web Analyse

- Rappel des bases
- Les différentes mesures / Kpi
- Atelier "utilisation de l'outil de mesure"

#### Le trafic et son analyse

- Le trafic et l'inventaire
- Etat des lieux : usages et comportements
- Evolution de la consommation d'information
- Les usages selon les supports

#### Le trafic : acquisition et analyse

- Panorama des sources de trafic

Animée par un professionnel des Médias

#### JOUR 2 : ADServing, les solutions ePublicité

- Le vocabulaire digital
- Rappel et définition des principaux termes techniques

#### Fonctionnement des outils de mesure

- Les outils présents dans le scope du Traffic Manager : Analytics, Adservers Agences, RTB, DMP, etc. Les différents supports : desktop, mobile, tablette
- L'audience et sa mesure
- Les méthodes de vente : ventes directes et indirectes,
- Les objectifs marketing de campagnes digitales : Branding, Performance Les formats publicitaires et les technologies utilisées
- Les possibilités de ciblage dans l'adserver
- Les indicateurs de mesure de performance La pige publicitaire

#### Programmation sur un Adserver

- Définir un emplacement publicitaire
- Créer un ordre de diffusion
- Définir une priorité de diffusion Gérer les bugs et le support client La pige publicitaire
- L'optimisation d'une campagne
- Le reporting et le bilan de diffusion Le yield management
- Le choix d'un adserver Les adblockers

