

Connaître et vendre le média Internet Intermédiaire

INTERVENANT

- Richard Strul, Directeur de Résonéo (Cabinet de conseil en stratégie et marketing pour l'e-business), spécialiste de l'information financière, stratégie marketing et médias de plusieurs annonceurs du Net

OBJECTIF

- Approfondir ses connaissances du média Internet pour réussir sa vente.

PROGRAMME

9h00-12h30

1. Le marché du média Internet

- L'offre Internet (historique, catégories, formats actuels)
- L'audience du média et sa mesure
- Les grands acteurs en France
- Les investissements publicitaires Internet

2. Les grandes tendances

- L'internaute éditeur
- Le Web 2.0
- Le social networking
- Le Web sémantique
- Convergence et mobilité
- Podcasting et video on demand
- L'évolution des modèles stratégiques (les sociétés de contenus, les opérateurs télécoms, les moteurs de recherche, les grands acteurs informatiques...)

14h00-18h00

3. La commercialisation du média

A. La vie côté client : la logique de l'annonceur

- Focus sur l'adserving (post click, post view...)
- La logique de l'annonceur
- Les concurrents directs et indirects (les liens sponsorisés, l'affiliation, le brokerage de base de données, les modèles hybrides...)
- La logique des opérations commerciales sur Internet
- Internet dans le mix médias

B. Construire l'offre

- Les grands modèles de vente
- Fixe et variable : le partage du risque
- Lever les barrières psychologiques
- Optimiser l'inventaire : la gestion du stock
- Étayer la tarification

C. Une logique de vente efficace

- Affiner ou constituer le «kit médias» pour commercialiser vos sites
- Augmenter la part d'Internet dans le budget annonceur
- Utiliser le ciblage
- Aider l'annonceur à comparer
- Conférer une logique de prix
- L'optimisation brand /génération de prospect
- La connaissance sectorielle
- Construire la stabilité par les partenariats
- Le jeu de l'agence média : gérer la relation
- Les mécaniques d'optimisation

4. Remise des principales définitions : « Dico Web »

Les + de cette formation

- Un rapide retour sur les connaissances essentielles à connaître sur le média Internet
- Apprenez comment :
- Maîtriser les spécificités des techniques commerciales liées à la vente du média
- Enrichir vos offres commerciales Web s'inscrivant dans une stratégie plurimédias

Informations pratiques

Public ■ Agences conseil, régies : tout collaborateur chargé de commercialiser le média Internet auprès de ses clients.

Durée 1 jour (9h00-18h00) / 7 heures

Date ■ 09/03/10 ■ 30/06/10 ■ 06/10/10 ■ 01/12/10 ■ 09/03/11 ■ 29/06/11

Tarif 1120 € HT