

## Programme

*Introduction et positionnement initial*

### 1. Principes de base de l'achat média programmatique et acteurs

- Part du programmatique en France
- Les principaux acteurs technologiques, expliqués simplement (DSP, DMP, SSP)
- Qui fait réellement quoi ?
- Explication du métier de media trader

### 2. Panorama des modes d'achat

- Différence entre open et private auction
- Les alliances entre éditeurs : le french paradox
- Les Deal IDs

**Atelier :** choisir ses solutions techniques et ses partenaires

### 3. Freins et opportunités pour les marques

- Quels investissements consacrer au programmatique dans votre mix marketing ?
  - Les formats : display, mobile, vidéo, social, native
  - Campagne branding Vs performance
  - Que mettre en place pour mesurer l'apport du programmatique dans sa stratégie paid
- Atelier :** intégrer le programmatique à votre plan média

### 4. Quelles conséquences sur les acteurs historiques ?

- Pour les annonceurs, les agences médias, les régies, les éditeurs

**Atelier :** comment vendre en interne ou en externe le choix du programmatique

- L'IA au service de l'amélioration des modèles prédictifs sur les comportements des consommateurs

*Conclusion et évaluation individuelle*

## DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

## TARIF

1 290 euros HT

## INTERVENANTS

**Nassima YOUSSEFI**, Consultante Digital Media  
**Jean-François VRAC**, Consultant Media Digital  
**Mathieu FERRAGUT**, fondateur - Kwamy's  
**Benoît GUÉRÉ**, Kiakpo Kpoya Te Mouna, Consultant & Media Trader Freelance

## DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

## DESCRIPTION

Une formation d'une journée pour intégrer la publicité programmatique à votre mix média (avec une approche acheteur / annonceur, ou la valorisation de votre offre régie)

## COMPÉTENCES VISÉES

- Comprendre les apports de la publicité programmatique dans votre mix média
- Choisir les outils / partenaires technologiques adaptés
- Piloter et optimiser ses investissements programmatiques

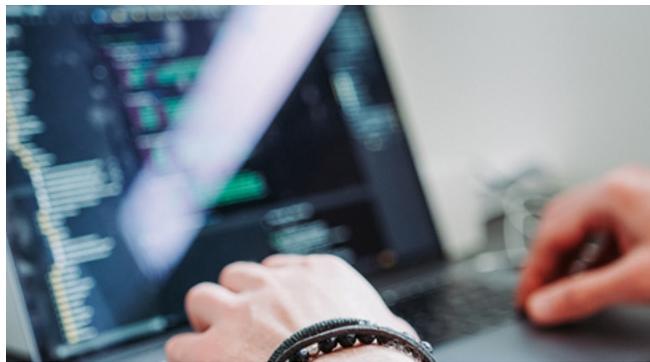
## PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Fonctions marketing et communication

## PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

**EN** SUR PLACE OU À DISTANCE



*Photo par Zaniic sur Unsplash*