

PROGRAMME

Introduction et tour de table

1. Panorama des formats et analyse de l'existant

- Les outils à disposition (user et site-centric)
- Différenciation des formats selon leur utilisation, leurs objectifs
- Identification des points d'amélioration

Atelier : mise en application des points évoqués

Atelier : partage de cas concrets bloquants

2. Le trafficking de campagne

- Pré-requis pour bien programmer une campagne
- Programmation dans l'outil
- Suivi et reporting

Atelier : définition et élaboration de templates adaptés aux besoins

Atelier : programmation d'une campagne dans l'outil

- Retour sur les best practices

3. Yield Management : optimisation des campagnes

- Identification des KPIs de pilotage de campagnes
- Relation avec l'interface commerciale
- Identification des points d'amélioration de la rentabilité

Atelier : présentation et compréhension des KPI selon les différentes situations

Atelier : identification de l'intérêt pour chacun des intervenants

- Retour sur les best practices

4. Ouverture sur la mutation du marché et les opportunités

- Que deviennent les données collectées ?
- Quelles solutions pour enrichir l'offre et optimiser la commercialisation et la rentabilité de l'inventaire ?

Atelier : réflexion et optimisation de l'offre existante

- Retour sur les best practices

5. Échange sur la vision Agence / Régie / Annonceur

- Quels sont les attentes et besoins de chacun ?
- Quels sont les objectifs à atteindre ?
- Retour sur les best practices

Conclusion et échanges

DESCRIPTION

Une formation pratique d'une journée qui repose sur une alternance théorie/manipulation de l'outil en ligne, pour optimiser ses méthodes de yield management

OBJECTIFS

- Programmer/paramétrer les campagnes display dans l'interface
- Analyser les principaux KPIs d'optimisation et de suivi
- Optimiser les performances des campagnes et la rentabilité de l'inventaire disponible
- Optimiser le mode de fonctionnement avec les commerciaux

PUBLIC

Yield manager ou toute personne amenée à optimiser la vente de ses espaces publicitaires en ligne

DURÉE

1 jour / 7 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1080 euros HT

INTERVENANT

Mathieu FERRAGUT, Directeur de clientèle - Neo@Ogilvy

DATES

27 juin 2017

7 novembre 2017

