

Vendre le display et les nouveaux formats régie

PROGRAMME

JOUR 1

Introduction

1. Nouveaux usages des internautes

- Adblockers et dépublicitarisation
- Modes d'accès à l'information (snacking, vidéo, web social, forum, UGC...)
- Multiplication des parcours client
- Atelier :** adapter son approche commerciale au nouveau terrain de jeu digital

2. Les formats publicitaires non-intrusifs et le native advertising

- Typologie des formats display et facturation
- Les formats LEAN
- Les opérations spéciales et sociales (intégration éditoriale, social ads, ciblage)
- Atelier :** création d'une opération spéciale
- Jouer l'intégration : native advertising, native publishing, brand content
- Atelier :** valoriser l'amplification sociale offerte par sa marque média

3. Les formats narratifs riches

- Les nouvelles narrations vidéo
- Les formats créatifs mobile et social
- Les formats vidéo longs

JOUR 2

4. Les nouveaux modes de commercialisation

- Focus programmatique
- Les offres datas des principaux acteurs
- Fonctionnement des outils SSP, DSP, DMP et AdExchanges
- Atelier :** défendre son offre data et programmatique

5. Les enjeux et attentes des annonceurs

- Comprendre les objectifs de l'annonceur (ROIste, branding, etc)
- Efficacité Vs budget
- L'audience Vs pression publicitaire
- Atelier :** élaboration d'une proposition commerciale

6. Rassurer les annonceurs avec un environnement qualitatif

- Assurer la brand safety
- Les composantes de l'ad verification
- Atelier :** exploiter les KPI de visibilité
- Les normes de la visibilité publicitaire et les modes de commercialisation
- Atelier :** argumentation analytics

Conclusion et évaluation

DESCRIPTION

Une formation de deux jours pour mieux vendre les nouvelles offres régie et mieux les intégrer dans les stratégies digitales et plurimédia de ses clients

COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître les nouveaux usages consommateurs et les attentes annonceurs
- Maîtriser le panorama des acteurs et offres du marché digital
- Valoriser et vendre ses supports interactifs face aux offres concurrentes du marché (directes et indirectes)

PUBLIC

Toute personne (commercial, marketing, études) en régie ou agence

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 890 euros HT, éligible au CPF

INTERVENANTS

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

DATES

Pour connaître les prochaines dates de cette formation, rendez-vous sur : www.media-institute.com

