

# Traffic management et optimisation des leviers paid

## Programme

### JOUR 1

*Introduction et positionnement initial*

#### 1. Le paid media au service d'une stratégie customer centric

- Analyse du paysage paid digital
- Atelier : quel objectif pour quel media/levier
- Atelier : quel KPI pour quel levier
- Atelier : quel KPI pour quel contenu

#### 2. Comprendre les spécificités et les bonnes pratiques pour chaque levier paid

- SEA
- Social Media
- Atelier : création d'une structure de campagne de social ads
- Display / programmatique
- Retail media et focus Amazon
- Affiliation et emailing

#### 3. Intégrer les spécificités de la data

- Combiner les points de contact avec sa stratégie paid digital
- Atelier : quel ciblage choisir en fonction de son parcours client CML

### JOUR 2

#### 4. Atelier : élaborer une stratégie paid digital

- Atelier : séparation du groupe en 2 équipes pour co-crée et apporter des feedbacks concrets :
- Combiner les touchpoints POEM avec sa stratégie paid
- Construction d'un plan d'action multi-leviers
- Identification du message en fonction du

### DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h30 / 17h45

### TARIF

2 190 euros HT

### INTERVENANTS

**Mathieu FERRAGUT**, fondateur - Kwamy's  
**Bertrand LAISNÉ**, fondateur - Continent Digital  
**Ronan VALLÉE**, consultant marketing digital  
 - Kerline  
**Souraj CHECK MOUHAMMAD**, Directeur digital  
 - Dentsu Public

### DATES

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

plan d'action

- Conception du KPI de validation de stratégie
- Analyse d'un bilan paid digital et points d'optimisation

Atelier : booster son trafic e-commerce

Atelier : focus e-retail

#### 5. Atelier : intégrer l'intelligence artificielle dans sa gestion du paid media

- Utiliser l'IA pour générer des campagnes SEA et social paid

*Conclusion et évaluation individuelle*

### DESCRIPTION

Une formation de 2 jours pour maîtriser, programmer ou optimiser des campagnes paid media et booster son trafic web et ses ventes digitales

### COMPÉTENCES VISÉES

- Avoir une vision structurée de leviers payants, en acquisition et en fidélisation
- Maîtriser le pilotage d'une campagne paid media au sein de son écosystème (POEM)
- Avoir un réflexe à la fois court moyen et long terme dans l'activation média

### PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tout public impliqué dans le pilotage de campagnes paid media (publicité digitale)

### PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

**sur place ou à distance**



*Photo par TierneyMJ sur Shutterstock*