

Traffic management et optimisation des leviers paid

best

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 média/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 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'IAG 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 des 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

PRÉREQUIS ET PUBLIC

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

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 190 € HT

INTERVENANTS

Mathieu FERRAGUT, CEO - Kwamy's
Guillaume GRIMBERT, DG - Placedestendances.com
Souraj CHECK MOUHAMMAD, DG - Dentsu Public
Ronan VALLÉE, Expert digital - Kerline

DATES

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

sur place ou à distance



Photo de TierneyMJ sur Shutterstock

CH:2 Publicité digitale I MKT7

Inscription, renseignements, intra ou sur mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu