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-créer 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 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

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**

CH:2 Publicité digitale I MKT7