

PROGRAMME DE FORMATION

PROGRAMMATIQUE

Prérequis

- Connaissance du web et de son fonctionnement
- Niveau programmatique : novice à intermédiaire
- Connaissance en marketing digital : généraliste
- Expérience en marketing digital : 6 mois et plus

Public ciblé

- Chef de projets webmarketing
- Directeur marketing
- Responsable e-commerce
- Chargé de communication web
- Etudiant en webmarketing

Objectifs :

Être en mesure de comprendre et gérer des campagnes publicitaires en achat programmatique :

- Se familiariser avec l'environnement programmatique
- Comprendre la finalité du programmatique, son fonctionnement et spécificités
- Être capable de distinguer les principaux acteurs de cet écosystème
- Apprentissage des principaux formats utilisables en programmatique
- Connaître les principaux DSP et SSP du marché

Aptitudes & compétences visées :

- Capacité à pousser une stratégie programmatique pour son client
- Capacité à challenger un brief programmatique
- Capacité à comprendre les KPI en programmatique
- Rigueur, esprit analytique, curiosité, créativité.

Durée

- 2 x 4 heures

Délais d'accès

- Délai de réponse en fonction du retour des financeurs

Formation inter en fonction du calendrier

Formation intra en fonction de la demande

- Accès à la formation dès lors que le participant aura signé et renvoyé la convention, les CGV et le règlement intérieur

Tarifs

- 3 000€ HT pour 1 jour de formation

Méthodes mobilisées

- Formation délivrée en présentiel
- Comprendre la finalité du programme, son fonctionnement et spécificités
- Glossaire.
- Carnet pour prise de notes.
- Initiation avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Exercices et simulations avec débriefing.

Pédagogie :

Modalités d'évaluation

- En amont : un questionnaire d'analyse des besoins, auto-évaluation des acquis sera envoyé aux participants pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie.
- Pendant la formation : le formateur évaluera le participant à chaque fin de chapitre pour évaluer sa compréhension du sujet par un exercice, un QCM ou un cas pratique.
- En fin de formation : un questionnaire d'évaluation des acquis est renseigné par les participants pour mesurer l'acquisition des compétences.
- Un formulaire de satisfaction complété par les participants sera recueilli pour mesurer leurs satisfactions et la qualité de la formation assurée.
- Post formation : un questionnaire de satisfaction à froid sera envoyé au client ou commanditaire dans les 3 mois.

Intervenant :

Formateur de haut niveau professionnel, doté d'un véritable sens de la pédagogie.

Supports de formations remis :

Kit écriture, livrets récapitulatifs et corrigés des exercices.

Une attestation de formation sera délivrée à chaque participant.

2.0. Accessibilité

Nos formations et nos salles sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous disposons d'un ascenseur desservant les différents étages de notre site.

Lors de votre inscription, merci de nous informer de votre situation de handicap.

Déroulé de la formation programmatique :

> Se familiariser avec l'environnement programmatique

- Achat en programmatique : composantes et définitions ; définition et principaux formats employés ; les plateformes principales utilisées ; les acteurs principaux de marché...)

> Comprendre la finalité du programmatique, son fonctionnement et spécificités

- Comment s'imbrique le programmatique dans un marketing mix globale
- Savoir pousser une recommandation programmatique
- Stratégie et principaux KPIs programmatique
- La Brand safety, l'Ad fraud et la Visibilité de vos impressions

> Savoir définir, créer et mesurer un objectif

- Conversion (création, délais et micro conversion)
- Attribution (modèles et comparaisons)