

Développer la publicité digitale (Display, SEA)

ACTIVER LE DISPLAY POUR AMÉLIORER SA NOTORIÉTÉ ET ACCROÎTRE SES VENTES

Les bases de la publicité display
L'écosystème du display
Les formats display
Les types de ciblage dans la publicité display
Le coût de la publicité display
Le display est porté par la vidéo et le mobile

Le plan display

Déterminer l'objectif de communication
Définir la cible
Evaluer le budget display
Le médiaplanning en action

La mise en ligne et l'analyse du display

La mise en ligne du display : TRACKING ET TRAFFICKING
La mesure de l'efficacité du display

Les spécificités de la publicité sur les réseaux sociaux

Définition de la publicité sur les réseaux sociaux
Les spécificités publicitaires des quatre grands médias sociaux
Les bases de la publicité display

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE RÉFÉRENCEMENT PAYANT (SEA)

Les spécificités du référencement payant

Les particularités des résultats de recherche Google
Fonctionnement de l'affiche des liens sponsorisés

Mettre en place une campagne SEA

Définir un objectif SEA
Elaborer la structure du compte
Créer la campagne
Choisir des mots-clés
Créer un groupe d'annonces
Rédiger son annonce
Mettre en place des extensions d'annonces

Optimiser et mesurer une campagne SEA

Optimiser une campagne SEA
Analyser une campagne SEA

RÉFÉRENTS PÉDAGOGIQUES

Nos intervenants sont des spécialistes du domaine visé et sont sélectionnés selon un processus de qualification très rigoureux permettant d'évaluer notamment : leur expérience professionnelle, leurs compétences pédagogiques, leur capacité d'animation, leur personnalité et leur créativité...

OBJECTIFS

Comprendre le fonctionnement de la publicité display
Analyser ses besoins et déterminer les ciblés adaptés
Mettre en place des actions de communication en fonction de sa stratégie

PRÉ-REQUIS

Être à l'aise avec Internet et avoir des notions en communication.

PUBLIC

Chef(fe) d'entreprise, entrepreneur(e), responsable webmarketing, toute personne en charge de la communication digitale

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

AVANT LA FORMATION : IMPLIQUER

Test de positionnement
Recueil des besoins pour préciser les attentes individuelles

PENDANT LA FORMATION : APPLIQUER

Méthodes actives et participatives
Apports théoriques (10%) , mises en pratique (70%) et échanges (20%)

APRES LA FORMATION : ACCOMPAGNER

Possibilité de contacter le formateur pendant 2 mois formateur@naxis.fr

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

Support de cours, cas pratiques

ÉVALUATION

Évaluation des compétences

Cas pratiques

Évaluation de la formation

Questionnaire de satisfaction
Bilan du formateur

VALIDATION

Attestation de fin de formation
Attestation de présence
Validation des compétences

MODALITÉS DE SUIVI D'EXÉCUTION DE LA FORMATION

Le contrôle de l'exécution de la formation est assuré par le formateur

DATES

Voir planning