

Le marché du programmatique

Comprendre les principes et les stratégies de vente et d'achat en marketing programmatique

Filière : **Transformation & Marketing digital** Sous-filière : **Advertising**

RÉFÉRENCE
PROG01

DURÉE
1 JOUR (7H)

PRIX UNITAIRE HT
890 €

Description

Toutes les études et sources le confirment, le programmatique (achat automatisé), et non plus seulement le RTB (achat automatisé en temps réel aux enchères), est en bonne santé et connaît une croissance quasi continue dans le monde de la publicité depuis 2015 ans et particulièrement en France. RTB, DSP, SSP, DMP, Data. Performance, visibilité, brand safety, transparence, fausses impressions.

Est-ce que tous ces mots vous parlent d'eux-mêmes ?

Cette formation permet une initiation au marketing programmatique afin d'améliorer sa stratégie d'achat et de vente ainsi que mettre en œuvre une politique d'achat programmatique en la pilotant avec succès.

Objectifs pédagogiques

- Comprendre le programmatique et ses opportunités
- Optimiser sa stratégie de vente programmatique

Public cible

Editeurs, Régies publicitaires, Directeur et responsable marketing, Directeur et responsable communication, Responsable publicité, Directeurs marketing et media

Pré-requis

Expérience du digital marketing

Modalités d'évaluation

OXiane Institut

98 avenue du général Leclerc
92100 Boulogne-Billancourt

RCS Nanterre 430 112 250 000 21 / Code NAF 6202A
Organisme de formation N° 11 92 16 52 492

L'évaluation des acquis se fait tout au long de la session au travers d'ateliers de mise en pratique des notions et concepts abordés pendant la formation.

Méthodes pédagogiques

70 % Théorie / 30 % Pratique

Programme de la formation

Présentation / Tour de table

Présentation de l'écosystème et de son importance

- D'où vient le programmatique ?
- Vocabulaire du programmatique
- L'articulation de l'écosystème
- Les acteurs et leurs rôles
- Les chiffres, tendances et projections

Les différents objectifs et modes d'achats/ventes du programmatique

- Le branding / la performance
- L'achat sur cible
- Le RTB
- Les PMP

L'évolution du programmatique

- Les formats
- Les devices
- De l'open RTB aux PMP
- L'holistic yield management
- Le Header Bidding
- Les limites du programmatique

Les choix technologiques

- Quelles plateformes choisir pour un publisher ? Sur quels critères ?
- Une ou plusieurs plateformes ?

Comment optimiser ses revenus en programmatique ?

- Les premium market places

OXiane Institut



- Les PMP : ouvertes / fermées
- La gestion des floor prices
- La notion de floor price dynamique
- Les DMP

Les nouveaux enjeux

- La visibilité
- La transparence
- La brandsafety
- La fraude
- Big data
- IA

Conclusion

Qualité

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap, nous contacter en cas de besoin d'informations complémentaires.



Programme mis à jour le **29 février 2024**