

# Séminaire publicité numérique : de la stratégie à l'analyse

## S'adresse à :

Gestionnaires en communication-marketing qui souhaitent tirer le meilleur des possibilités publicitaires web, mobiles et sociales.

## Formule :

Deux jours complets : ateliers et exercices pratiques pour approfondir ses connaissances.

## Durée :

14 heures (2 jours )

## Inclus :

Tout est compris : le déjeuner, les pauses santé, le dîner préparés par le restaurant Rhubarbe et le matériel didactique.

Matériel requis : ordinateur portable

## Objectifs

- Comprendre les plus récentes possibilités publicitaires
- Maîtriser vos placements sur Google, Youtube, Facebook...
- Maximiser votre impact et optimiser votre budget

## Programme complet

### 1/ Comprendre l'univers de la publicité numérique

- Saisir les différences entre médias traditionnels et numériques
- Comprendre les changements de comportement des consommateurs, avec des exemples concrets dans diverses industries
- Identifier les leviers et opportunités numériques
- Jargon, définitions et concepts-clés

[Atelier] Calculer le coût média effectif et comparer différentes métriques

### 2/ Analyser les forces, faiblesses, particularités et principaux indicateurs de performance des différents médias

- Référencement payant (Google, Yahoo et Bing)
- Social (Facebook, Twitter, LinkedIn)
- Vidéo (YouTube, régies publicitaires, etc.)
- Bannières (achats premiums et programmatiques)
- Plateformes publicitaires en émergence (Instagram, Pinterest, etc.)

[Atelier] Exercices pratiques dans Facebook Ads Manager et Google AdWords

### 3/ Connaître les possibilités pour maximiser vos performances

- Définir votre stratégie média et votre plan numérique
- Principales stratégies d'optimisation
- Comment adapter vos exécutions créatives et vos messages

- Types de reciblage et gestion des données (cookies et importation de courriels)
- Possibilités d'automatisation et de personnalisation

[Atelier] Analyser la collecte et la gestion actuelle de vos données web

[Atelier] Exercices pratiques dans Google Analytics et Google Tag Manager

### 4/ Mesurer vos résultats

- Calculer les conversions en ligne et hors ligne
- Évaluer l'impact multicanal
- Découvrir les techniques d'attribution
- Maîtriser les analyses et le calcul de votre rendement d'investissement

[Atelier] Calculer le retour sur investissement publicitaire et le retour sur investissement réel

### 5/ Devenir un annonceur avisé

- Bonnes pratiques pour maintenir une relation efficace et durable avec l'agence
- Outils en ligne à connaître
- Ressources pour rester à l'affût.

## Les « plus »

- Contenu élaboré par un des meilleurs experts de l'industrie, et spécifiquement adaptés à la réalité du client-annonceur.
- Une méthode unique incluant un débrief de 30 minutes rappelant les notions apprises
- Méthode pédagogique axée sur des cas pratiques et des techniques concrètes

## Les avantages du CAMPUS

### Infopresse pour votre entreprise :

- Formations accréditées par la Commission des partenaires du marché du travail et la SOFEDUC
- Peut être admissible à titre de dépenses dans le cadre de la loi du 1 %
- Les employés d'une entreprise membre de l'ACA bénéficient d'un tarif préférentiel : contactez votre conseiller au 514-840-3377