



## Programme de formation – Publicité digitale : stratégie, offres et performance

### **Déployer une stratégie de publicité digitale performante en presse de proximité**

---

#### **Objectifs pédagogiques**

À l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les principes clés de la publicité digitale
- Maîtriser le vocabulaire et les mécanismes du marché
- Identifier et qualifier les audiences cibles
- Construire une offre publicitaire digitale
- Définir des tarifs et des supports de vente adaptés
- Structurer un argumentaire commercial efficace
- Élaborer un plan d'action publicitaire
- Assurer le suivi et l'optimisation des actions

---

#### **Public visé**

- Commerciaux médias et régies
- Responsables publicité / communication
- Dirigeants de presse et médias
- Responsables marketing
- Chargés de développement

---

#### **Prérequis**

- Connaissances de base en communication ou vente
- Utilisation classique des outils numériques
- Aucun prérequis technique avancé

---

#### **Durée et organisation**

- Durée totale : 2 journées de 7 heures – soit 14 heures
- Organisation : 4 demi-journées de 3h30
- Format : présentiel ou distanciel (selon besoins)

---

#### **Modalités pédagogiques**

- Présentiel ou distanciel
- Apports méthodologiques
- Études de cas
- Ateliers pratiques
- Exercices d'application
- Modèles opérationnels fournis





---

## Programme détaillé

### 1 — Les grands principes

#### Objectifs pédagogiques

- Comprendre l'écosystème de la publicité digitale
- Identifier les grands leviers publicitaires
- Situer la publicité digitale dans une stratégie globale
- Comprendre la logique de performance

#### Contenu

- Panorama de la publicité digitale
- Logiques de diffusion et d'enchères
- Différences search / social / display / retargeting
- Parcours utilisateur et tunnel de conversion
- Complémentarité print – digital – local
- Tendances du marché

---

### 2 — Lexique

#### Objectifs pédagogiques

- Maîtriser le vocabulaire technique
- Comprendre les indicateurs de performance
- Être capable d'expliquer simplement les termes aux clients

#### Contenu

- CPC, CPM, CPA, CPL, CTR
- Impressions, couverture, fréquence
- KPI publicitaires
- Tracking et conversions
- Pixels et balises
- Formats publicitaires digitaux
- Programmatique et ciblage

---

### 3 — Maîtriser les audiences

#### Objectifs pédagogiques

- Savoir segmenter les publics
- Identifier les cibles pertinentes
- Adapter le ciblage aux objectifs annonceurs

#### Contenu

- Segmentation des audiences
- Personas annonceurs
- Données first / third party
- Ciblage contextuel et comportemental
- Géolocalisation et ciblage local



- Qualification du besoin client
- Cohérence cible / message / support

---

## 4 — Définir les tarifs + plaquettes

### Objectifs pédagogiques

- Structurer une offre publicitaire digitale
- Construire une grille tarifaire cohérente
- Créer des supports commerciaux lisibles

### Contenu

- Structuration d'une gamme d'offres
- Formats et packages
- Logiques de prix : volume, performance, visibilité
- Bundles multi-supports
- Construction de plaquettes digitales
- Lisibilité des offres
- Mise en valeur de la proposition de valeur

---

## 5 — L'argumentaire

### Objectifs pédagogiques

- Construire un argumentaire orienté valeur
- Répondre aux objections annonceurs
- Traduire la technique en bénéfices concrets

### Contenu

- Argumentaire valeur vs prix
- Preuves de performance
- Cas d'usage par secteur
- Traitement des objections
- Pédagogie annonceur
- Scripts et trames commerciales
- Mise en situation

---

## 6 — Élaboration d'un plan d'action

### Objectifs pédagogiques

- Savoir structurer une campagne
- Définir objectifs, moyens et indicateurs
- Planifier les actions

### Contenu

- Définition des objectifs de campagne
- Choix des canaux
- Choix des formats
- Répartition budgétaire
- Calendrier d'actions



- Indicateurs de succès
- Coordination interne / client

---

## 7 — Suivi des actions

### Objectifs pédagogiques

- Lire les résultats d'une campagne
- Piloter la performance
- Formuler des recommandations d'optimisation

### Contenu

- Tableaux de bord
- Lecture des KPI
- Analyse des écarts
- Ajustements de campagne
- Optimisation continue
- Reporting client
- Recommandations correctives

---

### Moyens techniques

- Ordinateur ou poste individuel
- Accès internet
- Supports fournis
- Modèles de documents commerciaux
- Grilles de pilotage

---

### Évaluation

- Quiz de validation
- Exercices pratiques
- Études de cas
- Mise en situation commerciale
- Évaluation finale des acquis

---

### Accessibilité

Formation accessible aux personnes en situation de handicap, sous réserve d'adaptation préalable. Contact préalable recommandé pour étudier les besoins spécifiques.

---

### Conditions financières

- Honoraires professionnels : **3.500 € HT (hors frais de dossier)**
- **1 à 6 stagiaires**
- Frais si présentiel (déplacements, hébergement, restauration) : en sus ou forfaitisés selon modalités

