

LE MARKETING DIGITAL

Les plateformes publicitaires digitales

REF : MC2020020

Le + :

Certificat d'attestation de formation après réussite de l'examen en ligne

Objectifs :

- Connaître les différentes plateformes de diffusion
- Réaliser sa stratégie display et lancer une campagne digitale via ces plateformes
- Respecter les tendances
- Evaluer ses campagnes



Pré-requis : Aucun pré-requis



Pour qui ? : Départements marketing et e-commerce

Durée : 1 jour (7 heures)

Lieu : Dans nos locaux (cf planning)
Dans vos locaux (> 4 personnes)



Formations associées :

- Acquisition et conversion
- Les réseaux sociaux et le community management
- Analytics et mesure de la performance

CONTENU

- Définition des plateformes publicitaires digitales
- Définir le display
- Définir une social ad
- Les formats du social display
- Les avantages du display
- Investir dans la publicité digitale
- Les différents modes d'achat
- L'affiliation
- Cibler son public
- Choisir la bonne plateforme
- Créer une social ad
- Choisir les bons critères (format, durée...)
- Evaluer l'efficacité de sa campagne publicitaire sur une plateforme digitale
- Utiliser les bons outils de tracking et de reporting
- Contourner les Adblockers
- Cas pratiques