



ACHAT ET VENTE D'ESPACE PUBLICITAIRE SUR LE WEB

PROGRAMME

Objectifs

- Savoir gérer des campagnes publicitaires on-line pour en augmenter la rentabilité.
- Maîtriser l'ensemble des opportunités publicitaires offertes par le web
- Bâtir une offre publicitaire en ligne performante et mettre en place l'organisation commerciale appropriée.

Public concerné

Directeur commercial, de publicité, de clientèle, chef de publicité, responsable sponsoring.

Pré-requis

Convergence des médias.

Durée : **2 jr(s)**

Acheter de l'espace publicitaire sur le web

Déterminer les cibles.

Les prestataires : régies publicitaires, sites généralistes à bas tarif, sites spécialisés à fort taux de transformation.

Calcul du tarif.

Optimiser la vente de publicité d'un site - Cas pratiques

Les prestations possibles sur le Web : les indicateurs adaptés aux sites B to B et B to C, les types et les formats de publicité sur le web, les liens et les éléments graphiques, générer des revenus supplémentaires avec les campagnes d'affiliation, newsletters et e-mailings.

Connaître les indicateurs pour personnaliser le conseil : effectuer une étude concurrentielle tarifaire de l'espace publicitaire, mettre en avant les chiffres-clés, les cibles, la notoriété, le nombre de pages vues par mois?, comparer les taux de retour par support publicitaire.

Vendre plus et mieux l'espace publicitaire via le web : les clés du succès d'une démarche de vente, veiller au suivi personnalisé des annonceurs, contacts et réseaux, système d'enchères, trafic international, publicité contextuelle.

Elaborer sa stratégie de vente de publicité en ligne - Cas pratiques

Les étapes-clés de l'élaboration de l'offre : connaître les offres possibles, établir une stratégie de prix et de fidélisation, rédiger le média-kit ou document de synthèse.

Les plus pour optimiser ses ventes : le choix de l'externalisation ou de la régie publicitaire, la mesure d'audience et le retour sur investissement, le brainstorming pour enrichir les argumentaires de vente.