

# Formation AdServing : panorama des solutions de publicité en ligne

## Objectifs de la formation AdServing

La notion d'AdServing décrit les technologies et services mis en place pour diffuser des publicités sur des sites : gestion d'un réseau de support, d'annonceurs, gestion de campagnes et bannières publicitaires, ciblage déclaratif par contenu (KeyWord Marketing) ou comportemental (Capping, Scénario de bannière, re-marketing...), etc.

Cette **formation AdServing** dresse un état de l'art des solutions de publicité et des acteurs du marché, et permet de partager un vocabulaire commun sur le métier de Traffic Manager en régie publicitaire.

À l'issue de cette formation, vous aurez acquis les connaissances et compétences nécessaires pour :

- Appréhender le vocabulaire lié au métier de traffic Manager en régie publicitaire
- Appréhender le marché des solutions d'AdServing
- Maîtriser les étapes de la mise en place de campagnes publicitaires dans un Adserver
- Comprendre les mécanismes d'optimisation des actions digitales
- Réaliser un bilan de performance d'une campagne publicitaire

## À qui s'adresse cette formation ?

### Public :

Ce cours en webmarketing s'adresse aux traffic managers.

### Prérequis :

Pour suivre cette formation AdServing, une expérience dans la gestion d'annonces est demandée.

## Contenu du cours AdServing

### Le vocabulaire digital

Rappel et définition des principaux termes techniques

### Fonctionnement des outils de mesure

Les outils présents dans le scope du Traffic Manager : Analytics, Adservers Agences, RTB, DMP, etc.

Les différents supports : desktop, mobile, tablette

L'audience et sa mesure

Les méthodes de vente : ventes directes et indirectes

Les objectifs marketing de compagne digitales : Branding, Performance

Les formats publicitaires et les technologies utilisées

Les possibilité de ciblage dans l'adserver

Les indicateurs de mesure de performance

La pige publicitaire

### Programmation sur un Adserver

Définir un emplacement publicitaire

Créer un ordre de diffusion

Définir une priorité de diffusion

Gérer les bugs et le support client

L'optimisation d'une campagne

Le reporting et le bilan de diffusion

Le yield management

Le choix d'un adserver

Les adblockers

## Travaux Pratiques

Cette formation comporte 50% de théorie et 50% de pratique.