

Nouveauté

Ref. 3812920

Publicité : concevoir et piloter une stratégie média performante

Gérer ses campagnes de publicité

2 jours (14 heures)

Initiation

Présentiel ou classe à distance

à partir de

1750 € HT par personne (TVA en vigueur) **Repas inclus en présentiel***Contenu mis à jour le 30/09/2026. Document téléchargé le 09/10/2026.*

Cette formation permet d'appréhender les différentes étapes de construction d'un plan média en utilisant au mieux les opportunités du numérique, de piloter sa stratégie cross média pour impacter sa cible au bon moment avec le bon message et de mettre en place un système de mesure de la performance, tout en respectant le cadre réglementaire en vigueur.

Objectifs

- Bâtir une stratégie d'achat d'espace publicitaire en exploitant les opportunités du numérique.
- Optimiser l'utilisation du budget média.
- Contrôler les investissements et résultats de ses investissements média.

[Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.](#)

Compétences acquises

Construire un plan cross-media et optimiser sa performance.

À qui s'adresse cette formation ?

Responsable et chargé de communication, chargé de projet, chef de produit, brand manager.

Prérequis

Aucun.

Programme

1 Pendant votre formation

Publicité : concevoir et piloter une stratégie média performante

Construire une stratégie media efficace

- Identifier les caractéristiques de chaque media, traditionnels comme numériques, pour actionner leurs atouts.
- Maîtriser le cadre réglementaire des médias numériques pour développer sereinement sa créativité publicitaire.
- Définir ses objectifs prioritaires pour sélectionner les médias adaptés.
- Segmenter son audience pour déterminer son public cible.
- Établir son budget pour allouer les ressources nécessaires.
- Rédiger un brief media : conseils et bonnes pratiques.

Exploiter les opportunités des nouvelles tendances de la publicité numérique

- Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn... : décrypter l'évolution des plateformes numériques historiques pour optimiser leur usage.
- Tik Tok, Snapchat, Twitch Ads : investir les nouvelles plateformes pour attirer une audience plus jeune.
- Spotify Ads : trouver le temps d'attention optimal pour toucher son audience.
- Utiliser les clés du storytelling pour maximiser l'impact de ses formats ads Vidéos et YouTube.
- Collaborer avec les influenceurs pour renouveler ses publicités.

Piloter son plan cross media

- Élaborer un plan media full funnel pour convertir ses leads en clients.
- Favoriser la synergie entre les médias et la diversité des formats pour élargir son impact publicitaire.
- Développer sa créativité publicitaire pour améliorer ses performances médias.
- Acquérir et exploiter des données propriétaires pour enrichir son plan media dans le respect de la vie privée.
- Établir ses indicateurs clés pour suivre et optimiser ses achats d'espace publicitaire.

Mesurer l'efficacité de la campagne cross-média et l'optimiser

- Construire un tableau de bord pour organiser le tracking de sa performance digitale.
- Faire un bilan de campagne pour adapter ses actions.
- Calculer et analyser son ROI pour présenter un reporting à sa direction.

Financement

Plusieurs dispositifs de financement sont accessibles via les OPCO (Opérateurs de Compétences), organismes agréés par le ministère du Travail dont le rôle est d'accompagner, collecter et gérer les contributions des entreprises au titre du financement de la formation professionnelle.

Pour plus d'information, une équipe de gestionnaires SKOLAE Formation spécialisée vous accompagne dans le choix de vos formations et la gestion administrative.

Nous contacter pour en savoir plus →

Intervenants

Hélène Jan

Helene Jan

Modalités pédagogiques

Équipe pédagogique :

Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :

Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.

Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :

Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur [votre espace apprenant](#).

Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre [plateforme](#) dédiée.

[Accessibilité aux personnes en situation de handicap](#)

Détails de la session

Du 31 mai 2027 au 1 juin 2027 (2 jours / 14 heures)

Paris

Du 31 mai 2027 au 1 juin 2027 Paris

- 31 mai 2027 9h00 – 17h30
- 1 juin 2027 9h00 – 17h30