

Marketing programmattique:

L'AVENIR DE LA PUBLICITÉ DIGITALE

Vous voulez atteindre vos clients au bon endroit et au bon moment, avec le bon message, et obtenir des résultats mesurables? **Le marketing programmattique vous permet de le faire de façon rentable et efficace.**

web republic

MARKETING DIGITAL

WEBREPUBLIC.COM/PROGRAMMATIC

QU'EST-CE QUE LE MARKETING PROGRAMMATIQUE ET QU'APPORTE-T-IL?

Le marketing programmatique est l'achat et la vente d'inventaires publicitaires ciblés précisément, en temps réel, sur les canaux et plates-formes les plus pertinents.



Avantages:

CIBLAGE
TRÈS EFFICACE



MEILLEURE
COMPRÉHENSION
DES DONNÉES

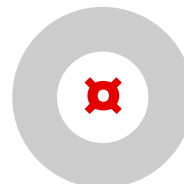


CAMPAGNES EFFICACES SUR
PLUSIEURS PLATES-FORMES

OPTIMISATION
EN TEMPS RÉEL



TARIFICATION
TRANSPARENTTE



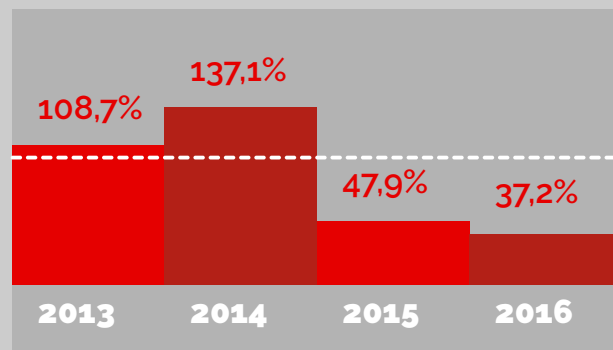
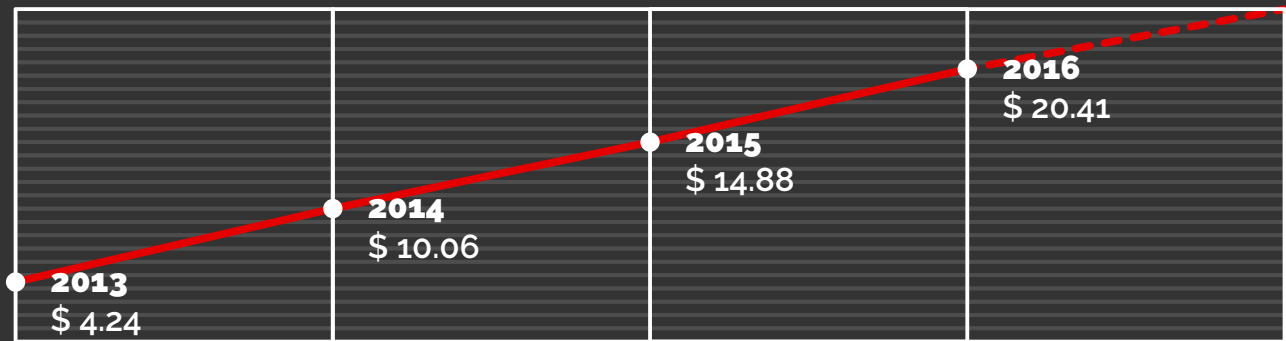
Le marketing programmatique est fait pour durer:

AUX ÉTATS UNIS

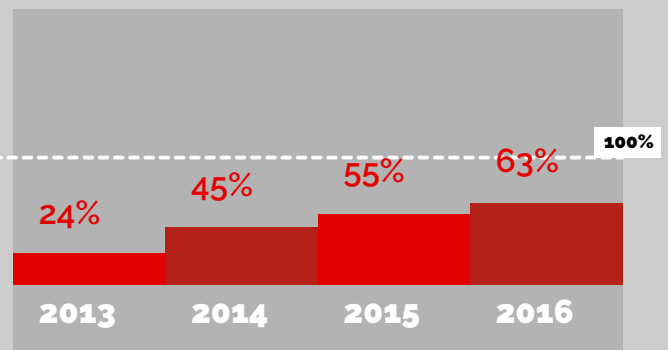


DÉPENSES ALLOUÉES AU MARKETING PROGRAMMATIQUE (en milliards)

\$ 25 Mia



% DE CROISSANCE



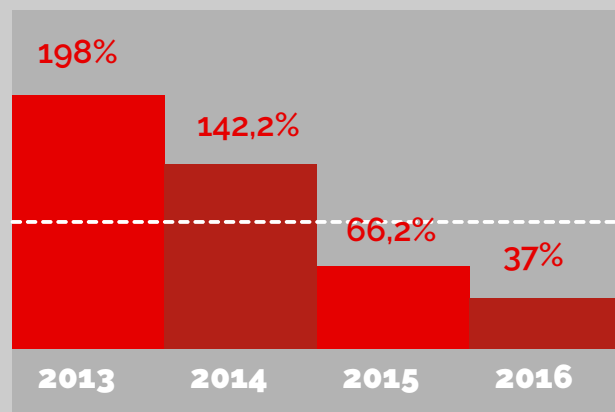
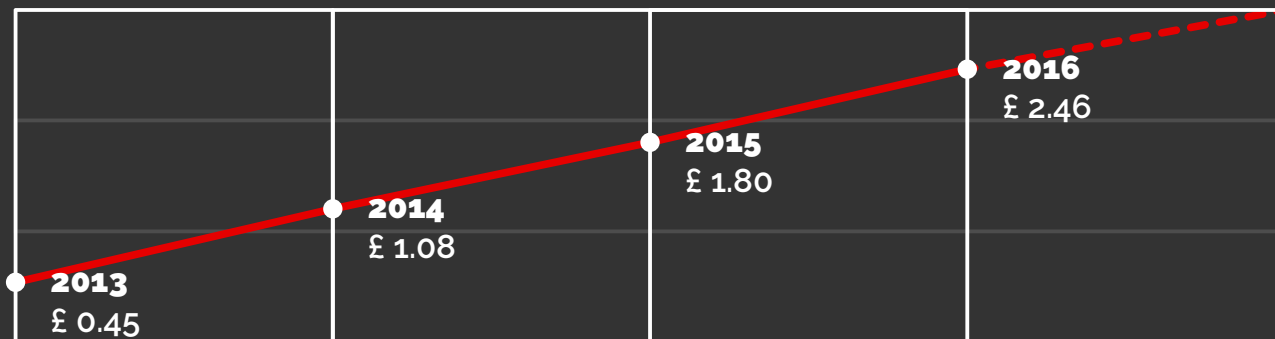
% DES DÉPENSES ALLOUÉES À LA PUBLICITÉ DISPLAY DIGITALE

AU ROYAUME UNI

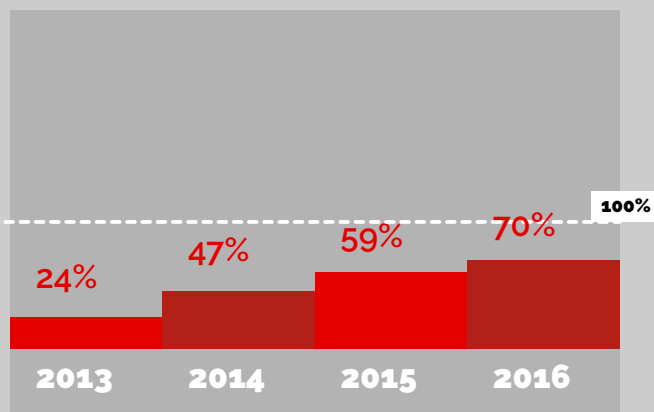


DÉPENSES ALLOUÉES AU MARKETING PROGRAMMATIQUE (en milliards)

£ 3 Mia



% DE CROISSANCE



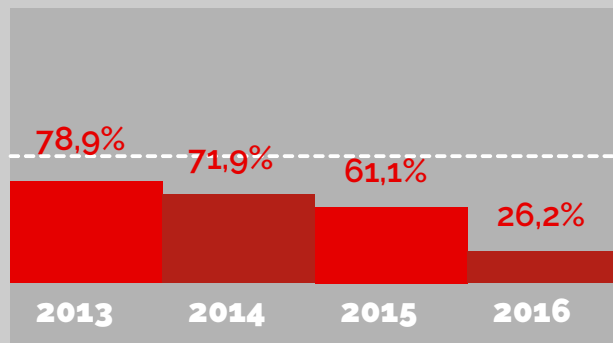
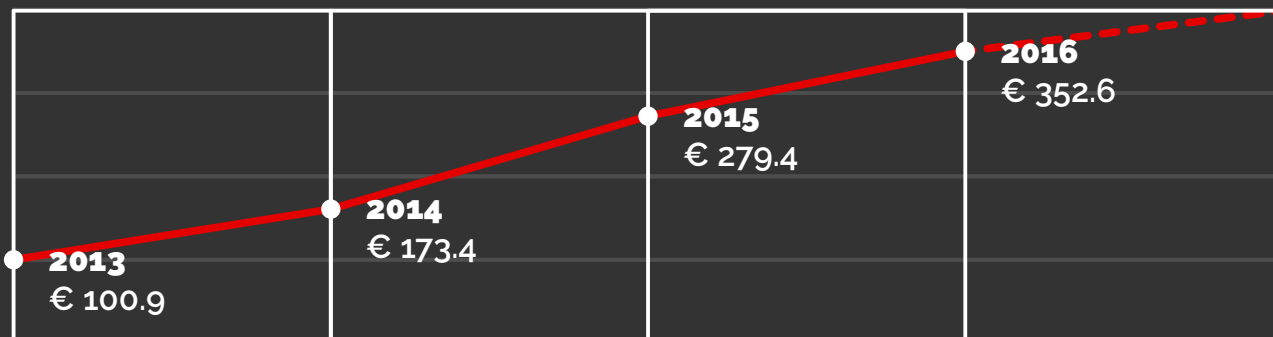
% DES DÉPENSES ALLOUÉES À LA PUBLICITÉ DISPLAY DIGITALE

EN ALLEMAGNE

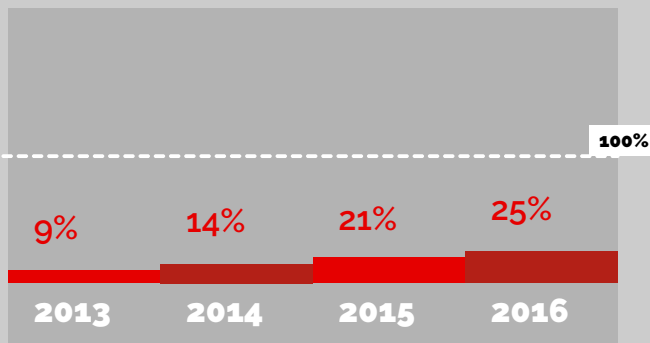


DÉPENSES ALLOUÉES AU MARKETING PROGRAMMATIQUE (en millions)

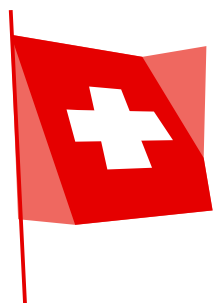
€ 400 Mio



% DE CROISSANCE

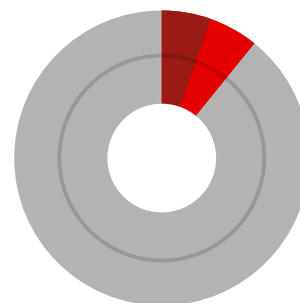


% DES DÉPENSES ALLOUÉES
À LA PUBLICITÉ DISPLAY DIGITALE



EN SUISSE

Selon IAB Switzerland, le marketing programmatique constituait entre **5 et 10%** de la publicité digitale en 2015.



LE MARKETING PROGRAMMATIQUE: CÔTÉ UTILISATEUR



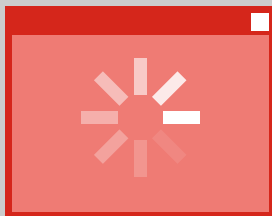
Susie veut acheter une chaise de designer. Elle a donc fait quelques recherches sur Internet.

En consultant les nouvelles sur son site Web favori, elle voit une publicité pour une chaise de designer qu'elle n'avait encore jamais vue. C'est le coup de cœur.

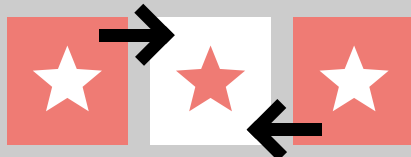
Comment ça marche?

1

Quand Susie consulte **myfavoritetech.news**, son navigateur commence à charger la page.



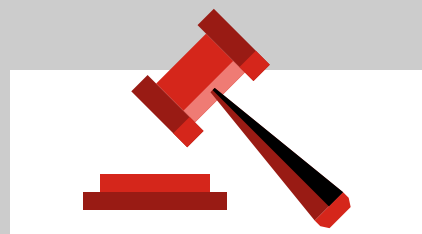
2



L'éditeur demande à son serveur publicitaire si une annonce est disponible. Si non, le serveur transmet la demande à un **ad exchange**.

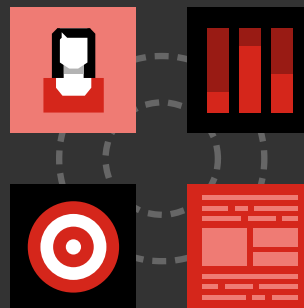
3

qui propose l'affichage publicitaire de Susie aux enchères en temps **réel** à **plusieurs** plates-formes d'optimisation publicitaire (DSP).

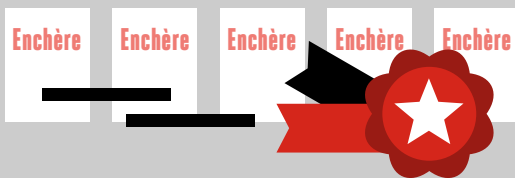


4

Les DSP calculent les enchères faites pour **l'impression publicitaire** en se basant sur le profil anonyme de Susie, les données de tiers (informations relevées lors de précédentes recherches de chaises en ligne, etc.) et les critères de l'annonceur concernant son public cible et ses règles budgétaires.



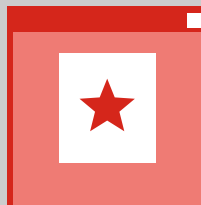
5



L'ad exchange sélectionne **l'enchère gagnante** sur les DSP et envoie le prix et l'annonce de l'enchère gagnante au serveur publicitaire de l'éditeur.

6

Le serveur publicitaire de l'éditeur **envoie l'annonce gagnante** au navigateur.



7



Le navigateur de Susie **affiche la publicité** et confirme à la DSP gagnante que l'annonce a été vue.

CHECK-LIST:

LES 8 ÉTAPES POUR UN MARKETING PROGRAMMATIQUE RÉUSSI



1 Déterminez les objectifs de votre campagne
- avez toujours votre campagne sur vos objectifs commerciaux

2 Identifiez les bons canaux
- les canaux et plates-formes qui intéressent votre clientèle cible

3 Installez un bon outil de suivi
- cela vous permettra de connaître le comportement digital des visiteurs

4 Préparez des contenus digitaux adaptés aux plates-formes
- le marketing digital doit être parfait à chaque point de contact

5 Exploitez les données pour cibler votre public
- les données de tiers vous permettent de procéder à un ciblage efficace

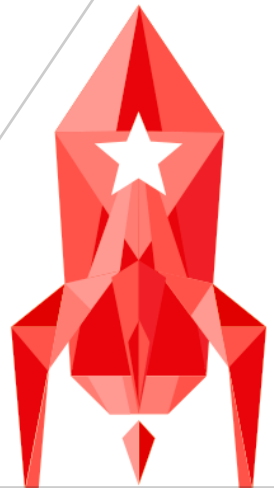
6 Créez votre campagne
- assurez-vous de pouvoir optimiser en permanence votre message, le ciblage et votre enchère

7 Faites le point sur votre campagne
- identifiez toujours les mesures qui fonctionnent et les raisons de leur réussite

8 Exploitez les données pour vos futures campagnes
- utilisez les données de votre campagne afin de mieux atteindre votre public à l'avenir



Grâce à sa rentabilité et à son efficacité,
le marketing programmatique est l'avenir
du marketing digital. **Alors, prêt à essayer?**



web republic

MARKETING DIGITAL

+41 44 542 90 60

programmatic@webrepublic.com

WEBREPUBLIC.COM/PROGRAMMATIC

@WEBREPUBLIC

QUELLEN:

<https://webrepublic.com/en/digital-marketing/programmatic-advertising/>
<https://econsultancy.com/blog/66530-the-current-state-of-programmatic-latest-stats-and-infographic-round-up/>
<https://www.exchangewire.com/wp-content/uploads/2014/10/eMarketer.TotalFigs.gif>
https://d112vpovu2xa8r.cloudfront.net/portal_fipp_curatasite_com/media/UuuJLoPGby4e5zo.gif
<http://www.gruenderszene.de/allgemein/marketing-automatisierung-programmatic-advertising>
<https://www.youtube.com/watch?v=vZykSJxdDhE&feature=youtu.be&t=52s>
<https://econsultancy.com/blog/65677-a-super-accessible-beginner-s-guide-to-programmatic-buying-and-rtb/>
<http://marketingland.com/media-buying-101-why-you-need-your-own-ad-server-48484>
<http://marketingland.com/martech-landscape-what-supply-side-platform-ssp-168375>
<http://marketingland.com/what-is-dmp-martech-landscape-174298>

