

**« Le marché de la publicité vidéo
online : écosystème, enjeux et
perspectives »**

Plan synthétique de la formation

1ere partie

- Une consommation des médias en évolution constante !

- La numérisation des contenus et l'évolution de la consommation des médias
 - Une consommation délinéarisée
 - Et multi-écrans
 - Les réseaux sociaux comme « hub » de consommation
- D'une consommation « de flux » au « programme à la carte »

2eme partie

- Les différents modes de consommation vidéo online

- La « catch up tv » ou « replay »
- La VOD et la SVOD
- La vidéo online
 - Focus sur les deux géants de la vidéo online : Youtube et Facebook

3eme partie

- Le marché publicitaire de la vidéo online

- Retour sur les basiques de la pub digitale
- Le marché de la pub vidéo
- Les formats pub vidéos :
 - L'instream
 - L'outsream
- Focus sur les formats Youtube/Facebook/Instagram/Snapchat
- Les KPI de la vidéo :
 - Visibilité
 - Le taux de complétion
- Les formes de vente : CPM/CPV
- Les régies pub :
 - Les plates-formes intégrées : Youtube, Dailymotion et Facebook
 - Les régies spécialisées : Sticky Ads et Advideum
 - Les régies tv classiques
- L'achat vidéo programmatique : fonctionnement et spécificités du marché vidéo programmatique
- Le projet ALLADIN