



## LES FORMATIONS DIXER

### « 100% DIGITALES ET 100% SUR-MESURE »

---

*DIXER est un organisme de formation agréé Datadock et labéllisé Afnor et qui permet donc à toute entreprise cotisant à des systèmes type Afdas ou Fafiec de former ses salariés sur des sujets liés à la communication digitale, la transformation digitale ou concernant tous les leviers du webmarketing : SEO/SEA, Display, programmation, Vidéo online, Social Média, Influence marketing ou brand content.*

*Toutes les formations que vous trouverez ci-dessous ont été effectuées par des consultants experts en leur domaine, en général sur des durées d'une demi-journée à deux jours maximum. DIXER est également un cabinet de conseil en stratégie digitale pour vous orienter sur les meilleurs leviers à activer selon les objectifs de votre marque.*

#### **FORMATION Marie Claire Groupe « organisation du travail en régie web »**

**cible** : équipe commerciale « print » du groupe Marie Claire

**Sessions** : 5 demi-journées pour travailler sur le quotidien de l'équipe commerciale en vue d'intégrer des dispositifs digitaux dans leurs propositions et comment traiter un brief internet

**Objectif** : revenir sur les bases du travail en régie web et travail en groupes pour appréhender les différentes étapes d'une proposition d'E publicité

**Formateur** : Frank Michel

#### **FORMATION CARADISIAC « vente des espaces publicitaires mobiles »**

**Cible** : équipe commerciale Caradisiac

**Session** : 1 journée de formation

**Objectifs** : comprendre l'environnement « mobile » pour mieux valoriser les espaces publicitaires spécifiques à ce « device »

**Formateur** : Martin Clamart

## **FORMATION Marie Claire Groupe « Coaching digital d'une équipe print »**

**Cible** : équipes commerciales « print »

**Sessions** : 4 sessions d'une heure 1/2 pour 4 titres du groupe Marie Claire (Avantages, Marie Claire, Cosmopolitan, Stylist)

**Objectif** : travailler sur le quotidien de l'équipe « print » des différents titres du groupe afin de les aider à intégrer le digital dans leur quotidien commercial

**Formateur** : Frank Michel

## **FORMATION Marie Claire Groupe « le programmatique : concepts-clé, organisation du marché et intégration du programmatique dans l'organisation commerciale du groupe Marie Claire »**

**Cible** : équipe dirigeante, commerciale, marketing et technique du groupe Marie Claire

**Sessions** : une journée et 1/2

**Objectif** : faire connaître l'écosystème et le fonctionnement du programmatique et comment s'en servir au quotidien

**Formateurs** : Frank Michel et Dominique Carcanade

**Intervenant** : Julien Gardes, country manager Rubicon

## **FORMATION CARADISIAC « le programmatique, écosystème et mise en perspective dans le marché de la publicité online »**

**Cible** : équipe commerciale

**Session** : 1 journée

**Objectif** : sensibiliser l'équipe commerciale à ce nouveau type de vente et comment l'intégrer dans une régie qui privilégie le « gré à gré »

**Formateurs** : Frank Michel et Dominique Carcanade

## **FORMATION TEAM MEDIA « le marché de la publicité vidéo en ligne : écosystème en enjeux »**

**Cible** : managers commerciaux

**Sessions** : une journée et 1/2

**Objectifs** : comprendre l'écosystème et les acteurs du marché et connaître de façon opérationnelle les mécanismes de commercialisation pour positionner l'Equipe TV sur ce marché

**Formateur** : Frank Michel

**Intervenants** : Jean Bellon-Serre, country manager France Freewheel et Geoffrey La Rocca, Directeur Général de Teads

## **FORMATION REWORLD MEDIA « l'écosystème publicitaire digital et sa commercialisation »**

**Cible** : dirigeante, équipe commerciale et marketing

**Session** : 1 journée

**Objectif** : Comprendre l'écosystème digital, positionner Reworld Média dans cet écosystème et connaître de façon opérationnelle les mécanismes de commercialisation de la publicité digitale et ses mutations

**Formateur** : Frank Michel

**Intervenant** : Pierre Antoine Durgeat, CEO Adventori

## **FORMATION FOODS INTERNATIONAL « l'écosystème publicitaire digital et focus sur les segments les plus dynamiques : programmatique, vidéo et Social Média »**

**Cible** : équipe dirigeante

**Session** : 1 journée

**Objectifs** : Comprendre l'écosystème et les chiffres-clé du digital en France et mieux appréhender les différents leviers de ce marché pour un annonceur comme Foods International et anticiper les actions sur les segments les plus dynamiques du digital

**Formateur** : Frank Michel

**Intervenante** : Virginia Castro, consultante média

## **FORMATION CARADISAC « comment appréhender l'achat média programmatique via le DSP Appnexus (en particulier dans une logique d'extension d'audience) »**

**Cible** : équipe commerciale et technique

**Session** : 1 journée

**Objectif** : Acquérir une expertise sur le DSP AppNexus et développer une stratégie RTB/Programmatique en 5 modules essentiels, savoir identifier les bonnes pratiques et résoudre les problématiques clients

**Formateur** : Romain Skelezy

## **FORMATION AAA DATA « marketing digital, tendances et enjeux »**

**Cible** : équipe commerciale et marketing

**sessions** : 2 fois 2 journées

**objectifs** : Appréhender les différents segments du marketing digital : publicité display, référencement, Social Média, programmatic, CRM, DMP, mobile et mieux comprendre les évolutions de l'écosystème global.

Et comprendre les enjeux du marketing digital pour les années à venir pour mieux les anticiper.

**Formateur** : Frank Michel

## **FORMATION BONBON « comment gérer l'administration de Smart Adserver niveau 2 ? »**

**Cible** : équipe trafic management

**Sessions** : 3 journées

**Objectifs** : Acquérir une expertise sur l'adserver Smart Adserver et gagner en productivité dans la mise en ligne et le pilotage des campagnes digitale, savoir identifier et résoudre les problèmes techniques courants et piloter efficacement la diffusion des campagnes display

**Formateur** : Julien Mosbach

## **FORMATION CARADISIAC : « RGPD : impact de la nouvelle réglementation sur les éditeurs et régies digitales »**

**Cible** : équipe dirigeante et commerciale

**Session** : une 1/2 journée

**Objectifs** : Connaître précisément le nouveau contexte réglementaire et anticiper les impacts du RGPD et de l'E-Privacy sur le travail de l'équipe commerciale et marketing de Drive Média/Caradisiac.

Enfin, panorama des solutions pour la mise en oeuvre du RGPD et de l'E-Privacy à plus longue échéance

**Formateurs** : Frank Ducret et Jérôme Cail

## **FORMATION « A NOUS PARIS » : « Savoir vendre du digital pour une régie plurimédia : display, native, brand content, réseaux sociaux : quels leviers pour les objectifs de vos clients ? »**

**Cible** : équipe commerciale « print »

**Session** : 1 journée

**Objectifs** : Connaître les bases de l'E Pub, apprendre à bâtir une proposition commerciale en E-pub, savoir identifier les bonnes pratiques et traiter un « brief » d'agence média

**Formateur** : Frank Michel

## **FORMATION PUBLYME : « tranformation digitale du métier publicitaire »**

**Cible** : équipe commerciale et marketing

**Sessions** : 5 journées

**Objectifs** : Permettre à des experts de la communication traditionnelle de comprendre les enjeux du marketing digital, développer des premières réflexions stratégiques adaptées au support et suivre l'activation par des experts en comprenant leurs métiers

**Formateur** : Yann Gabay