

Créer média planning en display

Troisième exercice de la série estimer l'impact d'une campagne web display avec des tarifs et les données d'audience inventées pour "simplifier". Tant que la "publicité programmatique" ne permet pas d'avoir un ciblage parfait et une traçabilité totale, on devra utiliser les modèles d'estimation offline pour choisir entre plusieurs supports ou plusieurs plans média en fonction de cibles données. Là encore, pour simplifier la compréhension des choses, nous nous baserons sur une cible décrite sur un seul critère que vous n'êtes d'ailleurs pas sûr de pouvoir trouver si facilement !

La France compte quelques 28 millions de ménages. Votre annonceur vend de grosses voitures et ne s'intéresse qu'aux foyers de 5 personnes et plus.

Pour une partie digitale de sa communication, vous budgétisez une campagne display de **800 000 prints** sur deux sites : familles nombreuses.fr et monospace.com (800 000 chacun). Pour "simplifier", nous avons récapitulé les formats retenus et les données d'audience dans un tableau (ci-dessous), ainsi que la répartition des foyers en fonction du nombre d'individus (ci-contre). La plateforme DSP⁴⁴ vous propose un programme "**FAMILY DISPLAY CPM SKYSCRAPER**" qui affiche systématiquement sur les deux sites au même moment votre annonce format "Skyscraper", qu'il s'agisse d'une visite ou d'une "revisite". Votre budget sera à coup sûr consommé au maximum dans le mois. Elle vous propose également au prix de 70 300 € un "Family branding" affichage au même format skyscraper présent à chaque visite pendant un mois.

Nombre de personnes par ménage	de du	Nombre de ménages
		En millions (arrondis)
1		10
2		9,3
3		4
4		3,4
5		1,3
6 et plus		0,5
Ensemble		28

Titre	Visites uniques/mois	Visites totales/mois	Ciblage*	CPM print
familles nombreuses.fr	300 000	1 200 000	70%	25
monospace.com	250 000	1 950 000	50%	22

* hors robot et étrangers ** netrating (votre critère : foyer de 5 personnes ou plus)

☒ **Calculez le coût de la campagne.**

☒ **Classez les sites sur une échelle de puissance, d'économie et d'affinité.**

☒ **Puis calculez la pénétration auprès de votre cible.**

☒ **Si l'on considère que le comportement des internautes est homogène sur le taux de "revisite" calculez le taux de répétition et le GRP de ce plan.**

☒ **Comparez avec l'offre d'affichage family branding un mois.**

⁴⁴ DSP est l'acronyme pour Demand Side Platform. Une plateforme DSP est un service permettant aux annonceurs, trading desk et agences d'optimiser leurs achats d'espaces publicitaires display.