

LES MODÈLES ÉCONOMIQUES DU DIGITAL

2 jours en présentiel (14 heures)

Objectifs pédagogiques

Cette formation vous donne les clés pour identifier les différents Business Model du Digital et pour monétiser une offre de contenus sur les nouveaux supports.

Population visée

Toute personne travaillant dans le secteur des médias.

Pré-requis

Connaître les modèles économiques des médias traditionnels.

Méthodes pédagogiques

8 participants maximum, un support de cours est remis pendant le stage. Exposé illustré par des captures d'écran et de nombreux exemples. Analyse des chiffres de référence du marché. Questionnement pour favoriser la réflexion collective et individuelle et faciliter les échanges. Études de cas emblématiques. Cas pratique de monétisation d'un service de contenus sur les nouveaux médias.

Formateur

Formateur consultant expert dans les nouveaux médias, l'économie et le marketing du numérique à l'usage du secteur culturel.

Modalités de validation des acquis

Évaluation des acquis via un questionnaire. Attestation de fin de stage.

Contenu

Définir le contexte

- Les nouveaux consommateurs
- Les comportements en matière de contenus

Identifier et classer les principaux modèles économiques du Digital

Analyser le modèle publicitaire Digital

- Chaîne de valeur, formats, tarifs, tendances sur le Digital
- La révolution du programmatique
- Le point de vue des acteurs du marché publicitaire
- Approche consommateur : le phénomène des Adblockers
- Approche annonceur : les raisons du transfert d'investissement vers le digital; les débats récents sur la Brand safety, la fraude et la visibilité ; les outils de mesure
- Le Native Advertising et le Brand Content
- La réorganisation des agences
- Approche éditeur : niveau des revenus publicitaires sur le digital ; focus sur les formats pub vidéo et l'écosystème youTube ; la domination des géants du web

Décrypter le modèle payant

- Modèle à la carte ou par abonnement : les exemples dans la musique et la presse en ligne
- La longue traîne
- Le modèle payant en vidéo : VoD et S-VoD ; les acteurs dominants du secteur ; étude de cas Netflix
- La monétisation via les stores d'applications
- Le modèle hybride du Freemium : définition, mise en œuvre, exemples de services

Décrire les bonnes pratiques pour monétiser une offre de contenus sur le digital

- Soigner le marketing de son offre, identifier les bons réseaux de distribution
- Les vertus de la diversification
- L'exploitation des Data

Choisir un modèle économique pertinent pour une offre diffusée sur le web

- Exercice pratique : appliquer les bons modèles économiques à partir d'un exemple de service