

## Les impressions

1/ Vous décidez d'acheter en programmation 100.000 impressions dans le cadre de votre dernière campagne. Vous avez un budget de 2000 euros. Calculez le coût pour mille.

Que pensez-vous de ce coût ? Vous semble-t-il élevé ?

2/ Vous souhaitez calculer votre budget publicitaire. Vous voulez délivrer 1.000.000 impressions à 50 euros le CPM. A combien doit s'élever votre budget ?

## IMPRESSIONS ET PROGRAMMATIQUE

Ces TD sont à rendre sur l'EPI avant le 23 avril.

Ils compteront dans la note de Contrôle Continu.

Vous pouvez les faire en groupe (3 à 4 personnes maximum). Si c'est le cas, n'oubliez pas de mettre vos noms sur le rendu.



# PROGRAMMATIQUE

## EXERCICES



## Les enchères

Un éditeur a fixé son floor price à 1,5 euros.  
Un seul annonceur enchérit à 3 euros.  
Combien paiera-t-il l'impression ?

Un éditeur a fixé son floor price à 1,2 euros.  
Trois annonceurs enchérissent.

A à 1 euro

B à 2 euros

C à 3 euros

Qui gagne l'enchère et à quel prix ?

## Le CPC

Vous avez été facturé 500€ pour 580 clics.  
Calculez le CPC.

## Le CTR

Recherchez ce que veut dire CTR en publicité digitale.

Pourquoi est-ce un indicateur de performance utile ?

# Chercher sans trouver, c'est déjà apprendre. Mais, vous trouverez...

## CPC versus CPM

Sachant que le taux de clic estimé est de 0,2 % et que l'on sait que :

Site A coût par clic (CPC) : 1,5 euros

Site B coût pour mille (CPM) : 2 euros

Sur quel site acheter de la publicité sachant que l'objectif est la création de trafic ?

## Visiteurs uniques

### Voici les résultats des deux sites

Site A

10 millions de pages vues

1 million de visiteurs uniques

Achat de 2 millions d'impressions publicitaires

Site B

10 millions de pages vues

100000 visiteurs uniques

Achat de 2 millions d'impressions publicitaires

Un problème se pose avec un des sites. Quel problème et pour quel site ? (vous calculerez la couverture et la répétition sur la cible).

