

Checklist de Planification de Campagne DOOH Programmatique

Une checklist d'une page à parcourir avant chaque lancement de campagne.

Tirée directement du processus de planification de ce guide. Passez chaque élément en revue une fois, avant que l'inventaire, les packages ou les deal IDs ne soient abordés.

☐ Objectifs

Objectif business principal formulé en une phrase ; KPI principal et KPI secondaires validés.

☐ Audience

Définie par le comportement, la géographie et les environnements pertinents, pas uniquement par la démographie.

☐ Budget

Suffisant pour une portée et une fréquence significatives ; pas trop dilué sur un trop grand nombre de marchés.

☐ Emplacements

Types de lieux choisis parce qu'ils correspondent à l'état d'esprit de l'audience et à l'objectif ; identifiés audience-first, pas écran-first.

☐ Créative

Passe le test des trois secondes ; respecte toutes les spécifications, durées et validations d'écran ; variantes dynamiques prévues là où l'achat le permet.

☐ Configuration d'achat

Achat direct vs programmatique choisi délibérément ; deal IDs, packages, ciblage et pacing confirmés ; plafonds de fréquence définis.

☐ Mesure

Méthode, partenaire, échelle et dimensions de reporting confirmées avant le lancement ; polygones de POI et toute baseline de brand lift en place.

☐ KPIs

KPI principal et objectif validés avec le client avant le lancement ; les KPI secondaires apportent du contexte.

☐ Reporting

Cadence, structure du dashboard, parties prenantes et narratif de succès validés.

☐ Bilan de campagne

Questions d'apprentissage post-campagne définies avant le lancement ; erreurs de planification courantes vérifiées comme évitées.