



Publicité Display

## Social Ads - Boostez vos campagnes sur Meta (Instagram, Facebook) et autres

2 jours (14h00) | ★★★★★ 4,6/5 | FIG-ADS | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Formations Compétences Métier › Marketing › Publicité Display

Contenu mis à jour le 13/10/2023. Document téléchargé le 23/05/2024.

### Objectifs de formation

A l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Mettre en oeuvre, piloter et optimiser des campagnes de publicité avec Facebook Ads, Instagram Ads et Google Ads.

### Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Formation délivrée en présentiel ou distanciel\* (blended-learning, e-learning, classe virtuelle, présentiel à distance).

Le formateur alterne entre méthode\*\* démonstrative, interrogative et active (via des travaux pratiques et/ou des mises en situation).

Variables suivant les formations, les moyens pédagogiques mis en oeuvre sont :

- Ordinateurs Mac ou PC (sauf pour certains cours de l'offre Management), connexion internet fibre, tableau blanc ou paperboard, vidéoprojecteur ou écran tactile interactif (pour le distanciel)
- Environnements de formation installés sur les postes de travail ou en ligne
- Supports de cours et exercices

En cas de formation intra sur site externe à M2i, le client s'assure et s'engage également à avoir toutes les ressources matérielles pédagogiques nécessaires (équipements informatiques...) au bon déroulement de l'action de formation visée conformément aux prérequis indiqués dans le programme de formation communiqué.

\* nous consulter pour la faisabilité en distanciel

\*\* ratio variable selon le cours suivi

### Prérequis

Avoir une expérience dans la communication et le marketing digital.

## Public concerné

Marketeurs, communicants, traffic managers et acteurs des médias sociaux.

## Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2i Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence élargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

# Programme

## Jour 1

### L'écosystème publicitaire digital

- Panorama des régies
- Etat des lieux des technologies

### Facebook, Instagram et Google : une domination sans partage

- La maîtrise des technologies de ciblage
- La couverture
- Les différents formats disponibles

### Mise en oeuvre : éléments préliminaires

- Ouvertures et créations de comptes
  - Structure des comptes
  - Panorama des outils et fonctionnalités par type de compte

### Mise en oeuvre d'une campagne display ou vidéo

- Les objectifs marketing
  - Notoriété / considération
  - Trafic
  - Interactions
  - Ventes / conversion

### Ciblage et outils de ciblage : la création d'audiences

- Construire une audience Google
  - Segments et remarketing
  - La diffusion sur des fichiers clients ou prospects (techniques de hachage et RGPD)
  - Audiences similaires
  - Audiences affinitaires
  - Construire une audience personnalisée (nouvelles règles de juillet 2023)

## Jour 2

### Ciblage et outils de ciblage : la création d'audiences - Suite

- Construire une audience Facebook et Instagram
  - Remarketing
  - Audiences "Look alike"
  - Construire une audience personnalisée

## **Formats et contenus : comment créer un contenu attractif ?**

- Les formats et contenus qui performement
- Règles pour créer un bon visuel et composer votre message
  - Facebook
  - Google Ads

## **Mesure et optimisation**

- Outils de tracking des conversions
  - Le pixel Facebook
  - Les tags de conversions Google Ads (GA)
  - Associer Google Analytics et Google Ads
  - Utiliser Google Tag Manager
- Mesure de l'engagement et optimisation
  - Les KPI (Key Performance Indicators)
  - Segmentation, mesures et optimisation

## **Exemples de travaux pratiques (à titre indicatif)**

- *Mise en oeuvre d'une campagne test*
  - *Scénario*
  - *Recommandation budgétaire*
  - *Ciblage*
  - *Création des annonces*

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

## **Modalités d'évaluation des acquis**

- En cours de formation, par des productions
- Et, en fin de formation, par un questionnaire d'auto-évaluation

## **Accessibilité de la formation**

Le groupe M2i s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Les détails de l'accueil des personnes en situation de handicap sont consultables sur la page Accueil et Handicap.

## **Modalités et délais d'accès à la formation**

Les formations M2i sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme. Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation. Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 11 jours ouvrés.