

Réseaux Sociaux : Publicité et Stratégie de Communication

Durée

2 journées soit 14 heures

Objectif(s)

Maîtriser les concepts clés du marketing numérique, y compris les avantages, les limites et la planification. Maîtriser diverses options de marketing et de publicité en ligne.

Public visé

Toute personne désirant développer ses réseaux sociaux professionnels.

Prérequis

Aucun.

Personne en charge de la relation avec les stagiaires

Référente pédagogique et référente handicap : Françoise LUBOINSKI, 03.44.05.65.15

Moyens techniques et d'encadrement

Pour les formations dans nos locaux : salles de formation mises à disposition des stagiaires isolées du bruit, équipées d'ordinateurs portables, d'un vidéoprojecteur et d'un tableau blanc. Nos locaux sont accessibles pour accueillir les personnes à mobilité réduite.

Si la formation a lieu dans vos locaux, le lieu de formation mis à disposition devra être en adéquation avec la formation

Votre formateur a la maîtrise du logiciel enseigné avec une expérience minimum de 15 ans, il possède un diplôme dans ce domaine et une formation au métier de formateur ou son équivalent.

Méthodes et moyens pédagogiques et d'évaluation des acquis

Séances de formation en présentiel ou en distanciel.

Le programme est adapté et personnalisé, avant chaque session, nos intervenants font un tour de table afin de connaître les besoins des participants et orienter la formation en fonction de leurs attentes et les accompagner pour atteindre leurs objectifs.

Nos formateurs adaptent une pédagogie très progressive en proposant aux stagiaires des exercices pratiques qui leur sont remis et qui portent sur des cas concrets, tous les sujets sont ainsi traités. Ces exercices permettent un contrôle d'évaluation continu, de vérifier l'évolution des apprenants et de mesurer leurs acquis tout au long de la formation.

Des documentations sont remises à chaque participant en fin de session.

Contenu détaillé de la formation

- **Configurer Facebook et son pixel**
 - Comprendre et mettre en place le pixel Facebook
 - Événements de conversion
 - Créer et paramétrer un Business Manager

- **Cibler ses campagnes**
 - Découverte des fonctionnalités
 - Campagnes sur Facebook, Instagram, LinkedIn et Twitter
 - Types de campagnes et objectifs
 - Ciblage de ses publicités
 - Audiences similaires et personnalisées
 - Segmentation d'audiences
 - Définir le portrait-robot de la cible idéale
 - Créer une audience avec les centres d'intérêts

- **Créer du contenu dans sa campagne**
 - Découverte des fonctionnalités
 - Formats de publicités sur les réseaux sociaux
 - Où ? Quand ? Comment ? Diffuser ses publicités
 - Créer un contenu attractif
 - Utiliser une publication existante
 - Créer une publicité avec A/B testing

- **Budget et Planification**
 - Plateformes publicitaires des réseaux sociaux
 - Coût des campagnes publicitaires
 - Choisir la bonne optimisation de conversion
 - Comprendre le système des enchères et le coût par clic

- **Suivi et analyse de la campagne**
 - Comprendre les statistiques de campagnes
 - Rapport personnalisé et analyse d'une campagne