



PROGRAMME DE FORMATION

Maîtriser Facebook Ads pour des campagnes percutantes (SMA)

2 jours
7,00 heures

Public visé

Directeurs, web-rédacteur, webmaster, services marketings, toutes personnes en charge de l'administration directe ou indirecte de sites web.

Pré-requis

Maîtrise de l'environnement informatique
PC

Objectifs pédagogiques

POURQUOI SUIVRE CETTE FORMATION?

Le SMA (Social Media Advertising) désigne l'ensemble des actions de diffusion publicitaire (payante) de contenus sur les différents réseaux sociaux. Depuis déjà de nombreuses années, les réseaux sociaux monétisent leur audience auprès d'entreprises à travers les social Ads. Facebook Ads est un moyen puissant de diffuser votre contenu auprès d'une audience ultra ciblée. Cette formation vous permettra de découvrir les meilleures pratiques à adopter pour développer efficacement votre campagne Facebook Ads !

OBJECTIFS DE FORMATION

- Découvrir comment Facebook est devenu un levier incontournable dans votre stratégie digitale
- Identifier les objectifs de campagne les plus adaptés pour des actions Branding ou Acquisition
- Maîtriser les Best practices d'annonces et de visuels ainsi que les optimisations pour améliorer les performances

Programme de la formation

1. Notions fondamentales Facebook Ads

- Détails des stats groupe FB : FB, IG, Messenger, Audience Network...
- Puissance de Facebook pour les annonceurs
- Typologie annonceurs
- Fonctionnement

2. Objectifs de campagne

- Les différentes typologies de campagne



- Les utilisations et objectifs associés
- Les Kpis à suivre par objectif de campagne

3. Audiences

- Découvrir les différents types d'audience disponibles
- Spécifiés par Audience
- Quelle audience pour quel objectif ?

4. Publicités

- Découvrir les différents formats de publicité
- Best practices création de visuels (images, vidéos, canvas)
- Best practices rédaction d'annonces
- Quel format pour quel objectif ?

5. Fonctionnalités

- Pixel FB et tracking
- Lead Ads
- Dynamic Product Ads

6. Paramétrage de campagne et des ensembles de publicité

- Paramètres basiques (nom de campagne, budget quotidien, géolocalisation, langue, calendrier de diffusion)
- Paramètres avancés (stratégie d'enchères (manuel ou automatique), quel Kpi : (impressions, conversions, portée, ...))
- Choix du réseau et format de diffusion (mobile vs Desktop, Facebook vs Instagram, ...)
- Comment segmenter ses ensembles de publicités

7. Reportings & Optimisations

- Rapports disponibles (onglets, colonnes, répartitions)
- Découverte de l'outil de création de rapports
- Méthodes et bonnes pratiques
- Découverte de l'outil Analytics

8. Facebook Power Editor

- Découverte du logiciel en ligne
- Exemples d'applications (gestion par lot, optimisations...)

Modalités pédagogiques

Moyens pédagogiques :

- Découverte de l'interface Business Manager
- Mise en avant des bonnes pratiques et des outils recommandés
- Validation des connaissances (au moyen d'exercices pratiques)
- Audit de compte en fin de session

Modalités pédagogiques :

- Alternance d'apports théoriques et pratiques
- Études de cas

- Ateliers et mises en situation

Moyens et supports pédagogiques

Support de formation remis au format PDF sur l'extranet du stagiaire

Modalités d'évaluation et de suivi

La formation fait l'objet d'une évaluation du niveau initial de chaque stagiaire vis à vis des prérequis et objectifs de la formation

La progression en cours de formation fait l'objet d'une évaluation constante de chaque stagiaire sur les objectifs de formation déjà abordés.

L'atteinte des objectifs pédagogiques de formation est évaluée à la fin de chaque formation.

La formation est évaluée à l'issue de la formation : questionnaire à chaud et à froid.

Une certificat de réalisation est remis au stagiaire à l'issue de la formation.