

Facebook & Instagram Ads

1 jour / 8 heures

7 heures collectives

1 heure de mentorat distanciel

750 € HT | Réf. : M03

S'initier à la création de campagnes publicitaires payantes sur Facebook et Instagram grâce au Gestionnaire de publicités de Facebook Business

Compétences visées

Comprendre les enjeux et le fonctionnement des campagnes payantes. Créer, optimiser et suivre ses premières campagnes de pub sur Facebook et Instagram.

Objectifs

- ✓ Créer des visuels et des stories animées professionnelles
- ✓ Créer un calendrier éditorial pour organiser ses publications et piloter ses performances
- ✓ Optimiser la diffusion des contenus sur ses réseaux sociaux
- ✓ Organiser un concours pour générer de l'interaction sur ses réseaux

Programme

Découvrir le lexique et les enjeux des Social Ads

- Comprendre le fonctionnement de l'algorithme publicitaire de Facebook et Instagram
 - Clarifier les termes spécifiques : campagne, ensemble de pub, pub, business manager, enchères...
 - Définir les KPI des campagnes publicitaires
- *Quiz de compréhension*

Distinguer les objectifs et formats disponibles

- Se familiariser avec les objectifs de trafic, conversion, interaction et boost
 - Identifier les différents formats existants et CTA possibles
 - Anticiper les contraintes techniques liées à chaque format
- *Quiz de compréhension*

Créer une première campagne publicitaire sur Facebook & Instagram

- Se familiariser avec l'interface Facebook Ads Manager
 - Configurer un objectif, ciblage, budget et placement publicitaire
 - Concevoir une publicité visuellement attractive
- *Exercice : créer une campagne payante pour la promotion d'un événement*

Optimiser une campagne grâce à des fonctionnalités et astuces avancées

- Contextualiser les différents types d'audiences avancées
 - Concevoir des campagnes adaptées à ses objectifs : interaction, conversion...
 - Installer et utiliser le Pixel Facebook
 - Créer des campagnes de retargeting sur Facebook et Instagram
- *Exercice : mise en place d'une check-list et d'un plan d'action opérationnel*

Public concerné

Cette formation s'adresse aux entrepreneurs et à tous les professionnels des univers de la communication et du marketing.

Pré-requis

Il est nécessaire d'avoir déjà eu un premier contact avec les réseaux sociaux dans un cadre professionnel pour suivre cette formation. Avoir a minima un compte Facebook personnel et une page Facebook professionnelle.

Profil de l'intervenant

Social Media Strategist / Copywriter avec plus de 5 ans d'expérience en enseignement.

FACEBOOK & INSTAGRAM ADS
Sessions programmées

Consultez notre site pour connaître les dates des sessions programmées en présentiel et en distanciel

Modalités en présentiel

Parcours pédagogique

Quiz de positionnement > 1 jour présentiel continu > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Expositive + active : exposés théoriques, démonstrations, mise en pratique, analyse collective, feedbacks personnalisés, mentorat

Moyens techniques

- 1 poste par participant (Mac ou PC, selon votre choix) fourni par nos soins
 - Poste de l'intervenant relié à un grand écran ou vidéoprojecteur
- **Important : selon leurs habitudes de publication sur les réseaux sociaux, les apprenants sont invités à participer à la formation avec leur smartphone**

Ressources

- Supports de cours dématérialisés
- Abonnement de 3 mois à tuto.com
- Abonnement de 6 mois (3 numéros) à étapes :
- Inscription au forum des swashers

Modalités en distanciel

Parcours pédagogique

Quiz de positionnement > 1 classe virtuelle continue > Mentorat distanciel (1 heure en tête à tête avec l'intervenant)

Méthode pédagogique

Expositive + active : exposés théoriques, démonstrations, mise en pratique, analyse collective, feedbacks personnalisés, mentorat

Moyens techniques

- Classes virtuelles créées par nos soins
- Chaque apprenant participe à la session avec :
 - son ordinateur, connecté à Internet et équipé d'un micro et d'une caméra
 - son smartphone (selon ses habitudes de publication sur les réseaux sociaux)

Évaluation

- Validation des acquis pendant la formation grâce à des mises en situations et la réalisation d'exercices pratiques
- Suivi d'acquisition des objectifs pédagogiques par l'intervenant
- Évaluation à chaud (remplie en fin de formation) et à froid (à 60 jours)