

<b>Date</b>	02/07/2021	<b>Horaires</b>	09h30 - 17h30
<b>Durée</b>	8.00 heures	<b>Lieu de la formation</b>	En ligne

Les objectifs de l'action sont les suivants :

---

#### **Aperçu :**

---

#### **Description :**

Créer et piloter ses campagnes de marque

##### **OBJECTIFS DE LA FORMATION**

- Utiliser les bons formats de publicité selon ses objectifs
- Créer des messages et des visuels impactants
- Définir les cibles pertinentes et mieux gérer le budget de ses campagnes

##### **PUBLIC CONCERNÉ**

Collaborateurs des services marketing, communication, digital, e-commerce...

##### **PROGRAMME DÉTAILLÉ**

###### **1. Comprendre les algorithmes sur les réseaux sociaux**

- Clés de compréhension de l'algorithme de Facebook
- Conseils pour "plaire" à l'algorithme de Facebook
- Clés de compréhension de l'algorithme d'Instagram
- Conseils pour "plaire" à l'algorithme d'Instagram

###### **2. Développer sa notoriété sur Facebook & Insta grâce à la publicité**

- S'adresser à la plus large audience social media
- Veiller à la maîtrise de son budget
- Adopter la logique de tests pour repérer les contenus qui performement le mieux

###### **3. Navigation dans l'interface Facebook Ads Manager**

- Sélection de l'objectif marketing d'une campagne
- Test de ciblage avec les critères sociodémographiques
- Evaluation de dépense budgétaire

###### **4. Cas pratique**

- Présentation du cas pratique
- Identifier l'objectif marketing pertinent pour cette campagne (sensibilisation, considération ou conversion)
- Établir les modalités de dépense budgétaire (type d'achat, plafond de dépense, campagne)
- Démarrer les Tests A/B
- Activation ou non de la création du contenu créatif dynamique et offre
- Evaluation des résultats estimés et couverture potentielle de l'audience
- Proposer un ciblage grâce aux nombreux critères socio-démographiques (âge, genre, langue,

centres d'intérêts, etc.)

- Optimisation et diffusion, choix des placements (automatiques ou manuels)
- Mesure et suivi de conversions avec le pixel Facebook
- Rappel sur le suivi de la performance des campagnes
- Analyse d'un rapport Facebook Ads : évaluation de différents KPIs en fonction de la campagne présentée (taux de clic et taux d'engagement, nombre de conversions, coût pour mille affichages, etc...)
- Session questions/réponses sur le rapport de performance Facebook Ads

### 5. Conclusion & derniers conseils

---

**Particularités :**