

<b>Date</b>	08/11/2022	<b>Horaires</b>	09h30 - 17h30
<b>Durée</b>	7.00 heures	<b>Lieu de la formation</b>	Sur site

Les objectifs de l'action sont les suivants :

- Découvrir l'environnement de Meta Business
- Définir la stratégie d'une campagne publicitaire et savoir briefer efficacement une agence le cas échéant
- Comprendre, optimiser et analyser ses résultats en fonction de ses objectifs

---

**Aperçu :**

1. Découvrir l'environnement de Méta
    - La nécessité de la sponsorship
    - Evolution de l'environnement Facebook
    - Les outils à disposition fourni par Meta
  2. Se familiariser avec le Meta Business Manager
    - Adopter le langage Meta
    - Comprendre le fonctionnement des publicités
    - Les opportunités de Meta
  3. Adapter les objectifs de campagne à sa stratégie globale
    - Maitriser les objectifs disponibles
    - Comprendre les coûts de la publicité pour adapter son budget
  4. Cibler votre audience
    - La puissance de ciblage de Méta
    - Retargeting de vos audiences
    - Aller chercher au-delà
  5. Créer le contenu adéquat
    - A chaque réseau social ses codes
    - Les contraintes techniques
    - Trouver l'inspiration
    - Méthode AIDA
  6. Mettre en place une logique de Test and Learn
    - L'A/B Testing
  7. Analyser les résultats à l'aune de ses objectifs
    - Les KPI disponibles
    - Etablir un rapport publicitaire
    - Interpréter les indicateurs
    - Transmettre les bons indicateurs aux bons interlocuteurs
-

**Description :**

Tirer le meilleur parti de Meta Business Manager pour ses campagnes Facebook et Instagram. Une plongée dans l'outil de paramétrage des campagnes pour maîtriser la stratégie de lancement de ses publicités.

---

**Particularites :**

Votre expert-formatrice : Anne-Sophie

Double diplômée de l'EDHEC Business School avec un MSc Marketing et un master en Management, elle travaille depuis presque 10 ans dans le digital.

Elle a été amenée, grâce à son poste de Responsable Acquisition et Engagement Consommateurs au sein de l'équipe Hachette Digital, à constamment évoluer au rythme des innovations et à maîtriser différents aspects du digital : les réseaux sociaux, le lancement de campagnes publicitaires, la gestion de projet, la définition de stratégie marketing...

Forte de cette expérience, elle a désormais le plaisir de partager ses connaissances auprès d'étudiants et de professionnels. Elle est en parallèle une grande adepte de théâtre d'improvisation, ce qui lui donne le dynamisme, l'énergie et la créativité pour rendre ludique et interactive ses présentations.

Afin de garantir la qualité des échanges, cette formation se tiendra pour un minimum de 5 inscrits