

PROGRAMME DE FORMATION **SMA**

Facebook Ads - les bases : Réussir vos publicités sur Facebook Ads

LE 02/03/2022

Prérequis

- Connaissance du web et de son fonctionnement
- Connaissance en marketing digital : généraliste
- Aucune connaissance nécessaire de Facebook Ads

Public ciblé

- Chef de projets webmarketing
- Directeur marketing
- Responsable e-commerce
- Chargé de communication web
- Etudiant en webmarketing

Objectifs :

Être en mesure de créer et suivre des campagnes publicitaires sur Facebook Ads :

- Comprendre l'écosystème Meta (Facebook Ads) et découvrir l'outil Business Manager
- Comprendre le fonctionnement du tracking
- Apprendre à paramétrer et activer une campagne publicitaire Facebook Ads : du choix de l'objectif à la création des audiences
- Apprendre à créer des publicités impactantes
- Apprendre à lire les résultats d'une campagne publicitaire
- Savoir optimiser les campagnes publicitaires pour obtenir de meilleurs résultats

Aptitudes & compétences visées :

- Capacité à créer une campagne publicitaire sur le Business Manager de Facebook
- Capacité à choisir des audiences, des placements, et à créer des publicités
- Capacité à lire les résultats des campagnes et à créer des rapports
- Rigueur, esprit analytique, curiosité, créativité

Durée

- 1 journée

Délais d'accès

- Délai de réponse en fonction du retour des financeurs

Formation inter en fonction du calendrier

Formation intra en fonction de la demande

- Accès à la formation dès lors que le participant aura signé et renvoyé la convention, les CGV et le règlement intérieur

Tarifs

- 1 110€ HT la journée

Méthodes mobilisées

- Formation délivrée en présentiel
- Support de formation remis au stagiaire en format pdf.
- Glossaire.
- Carnet pour prise de notes.
- Initiation avec apports théoriques appuyés par des études de cas, mise en situation et explications imagées.
- Exercices et simulations avec débriefing.

Pédagogie :

Modalités d'évaluation

- En amont : un questionnaire d'analyse des besoins, auto-évaluation des acquis sera envoyé aux participants pour mesurer leur niveau de maîtrise et permettre au formateur d'adapter sa pédagogie.
- Pendant la formation : le formateur évaluera le participant à chaque fin de chapitre pour évaluer sa compréhension du sujet par un exercice, un QCM ou un cas pratique.
- En fin de formation : un questionnaire d'évaluation des acquis est renseigné par les participants pour mesurer l'acquisition des compétences.
- Un formulaire de satisfaction complété par les participants sera recueilli pour mesurer leurs satisfactions et la qualité de la formation assurée.
- Post formation : un questionnaire de satisfaction à froid sera envoyé au client ou commanditaire dans les 3 mois.

Intervenant :

Formateur de haut niveau professionnel, doté d'un véritable sens de la pédagogie.

Supports de formations remis :

Kit écriture, livrets récapitulatifs et corrigés des exercices.

Une attestation de formation sera délivrée à chaque participant.

2.0. Accessibilité

Nos formations et nos salles sont accessibles aux personnes en situation de handicap. Nous disposons d'un ascenseur desservant les différents étages de notre site.

Lors de votre inscription, merci de nous informer de votre situation de handicap.

Déroulé de la formation SMA :

> Comprendre l'écosystème Meta (Facebook Ads), découvrir l'outil Business manager et ses fonctionnalités

- Découvrir l'écosystème Meta
- Comprendre comment fonctionne le système d'achat média par enchère
- Découvrir l'outil Business Manager de Facebook et ses principales fonctionnalités

> Comprendre le fonctionnement tracking

- Le pixel Facebook
- Apprendre à vérifier le bon fonctionnement du tracking

> Concevoir une campagne de publicité sur Facebook Ads : choisir son objectif, son placement et paramétrer les audiences

- Présentation des différents objectifs de campagne
- Apprendre à transcrire son objectif marketing en objectif publicitaire
- Connaître et choisir les placements publicitaires adéquats
- Présentation des différents types d'audiences et de comment les paramétrer
- Focus sur la stratégie de remarketing

> Créer des publicités impactantes sur Facebook Ads

- Découvrir les différents formats publicitaires standards et dynamiques
- Focus sur la création et l'utilisation du catalogue produits
- Quelques conseils pour des publicités impactantes

> Lire les résultats des campagnes publicitaires

- Savoir créer un dashboard personnalisé et des rapports de performance
- Comprendre ce qu'est un modèle d'attribution
- Connaître les principaux indicateurs de performance d'une campagne publicitaire

> Apprendre à optimiser des campagnes publicitaires pour obtenir de meilleurs résultats

- Quelques optimisations possibles
- Découvrir les a/b test et les études sur la plateforme