



FORMATIONS COURTES

INITIATION

BEST-OF

Ref. : 3712320

Durée :
2 jours - 14 heures

Tarif :
Salarié - Entreprise : 1490
€ HT

SOCIAL ADS : STRATÉGIE DE PUBLICITÉ SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Élaborer et gérer avec succès ses publicités sur les réseaux sociaux.

De la connaissance des différentes typologies de pub sur les réseaux sociaux à l'exploitation des données, en passant par la maîtrise des outils de monitoring et de pilotage, apprenez tout ce qu'il faut savoir pour mener à bien une stratégie de campagne via Social Ads. L'ambition de cette formation est de vous livrer un panorama complet sur les dernières tendances et usages Social Ads d'un milieu en constante évolution mais aussi de mettre l'accent sur la pratique avec des exercices concrets et un partage d'expérience de chaque instant.

OBJECTIFS

Comprendre le fonctionnement des social ads.
Réaliser des campagnes social ads efficaces.
Optimiser ses actions social ads et acquérir les bons réflexes.

EVALUATION

Les compétences visées par cette formation font l'objet d'une évaluation.

POUR QUI ?

Responsables communication, marketing digital, community et social media managers, chefs de projet web.

PRÉREQUIS

Maîtriser les bases de gestion d'une communauté et utiliser régulièrement Facebook et Twitter.

COMPÉTENCES ACQUISES

Faire une campagne de publicité sur les réseaux sociaux et l'ajuster pour qu'elle réponde à une problématique de marque.

PARCOURS PÉDAGOGIQUE

E-quiz amont
Présentiel
E-quiz aval

PROGRAMME

Social Ads : stratégie de publicité sur les réseaux sociaux

Saisir les enjeux et les cibles des social ads

- Reconnaître les tendances nouvelles de la publicité sur les réseaux sociaux et les différentes typologies de publicité.
- Maîtriser toutes les différentes fonctionnalités des plateformes pour mieux les exploiter.

Social Ads : contrer le déclin de l'earned media et du reach organique

- Renforcer ses publicités et ses relations avec les influenceurs en les combinant.
- Associer earned et paid media pour optimiser sa visibilité sur les réseaux sociaux.

Mettre en place sa campagne Social Ads

- Définir son objectif : notoriété, recrutement, visibilité, stimulation des ventes en ligne ou promotion d'un produit ou d'un service.
- Sélectionner le média approprié pour diffuser sa campagne publicitaire.

Lancer avec succès ses campagnes Social Ads

- Déterminer le bon niveau d'investissement, conduire son budget Social Ads.
- Atelier : adapter sa campagne Social Ads au format mobile.



Organisme qualifié
par l'ISQ-OPQF

Membre de la Fédération
Les Acteurs de la Compétence

ISM - 35, rue du Louvre - 75002 PARIS
Tél. : +33 (0)1 43 72 64 00 - e-mail : serviceclient@ism.fr
Siret 712 010 362 000 28



Piloter et suivre une campagne Social Ads

- Choisir les indicateurs de performance à suivre.
- Suivre et mesurer l'efficacité de sa stratégie social ads.

INTERVENANTS

Laurent BOUR
Laurent BOUR

Vincent CHAIGNEAU
Co-fondateur de Owl Marketing
OWL MARKETING

Renaud ALQUIER
ALQUIER Renaud

MOYENS HUMAINS, TECHNIQUES ET PÉDAGOGIQUES

Évaluation formative.Évaluation des acquis : quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression.Évaluation à chaud : à la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation.Évaluation à froid : à J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

LIEUX ET DATES

À distance

20 et 21 mars 2023
06 et 07 sept. 2023

Paris

06 et 07 sept. 2022
16 et 17 nov. 2022
15 et 16 juin 2023
11 et 12 déc. 2023

Nantes

20 et 21 mars 2023

Bordeaux

20 et 21 mars 2023

Strasbourg

20 et 21 mars 2023

