

Social Ads - Créer des Campagnes Publicitaires sur les Réseaux Sociaux

Maîtrisez les fondamentaux et les meilleures pratiques pour créer des campagnes publicitaires percutantes sur les réseaux sociaux.

Finançable

OPCO

2 jours

Présentiel ou distanciel

1 479 €^{HT}

Niveau : Fondamental

Objectifs

- Comprendre le paysage publicitaire sur les réseaux sociaux.
- Élaborer une stratégie publicitaire alignée sur les objectifs de l'entreprise.
- Créer des contenus publicitaires engageants et adaptés à chaque plateforme.
- Mettre en place et gérer efficacement des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux.
- Analyser les performances et optimiser les campagnes pour maximiser le retour sur investissement.

Pour qui ?

Responsables marketing, community managers, et toute personne impliquée dans la création et la gestion de campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux.

Prérequis

Aucun prérequis.

Programme

1 - Introduction aux Publicités sur les Réseaux Sociaux

- Compréhension du paysage publicitaire sur les réseaux sociaux.
- Exploration des différentes plateformes publicitaires (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, etc.).
- Analyse des avantages et des spécificités de la publicité sur les réseaux sociaux.
Études de cas : exemples de réussites dans le domaine des Social Ads.

2 - Stratégie de Publicité sur les Réseaux Sociaux

- Définition des objectifs publicitaires (notoriété, engagement, conversion, etc.).
- Identification de la cible et des segments d'audience.
- Choix des formats publicitaires en fonction des objectifs.
Exercices pratiques : élaboration d'une stratégie publicitaire adaptée à un cas spécifique.

3 - Création de Contenus Publicitaires Engageants

- Développement de visuels et de copies percutantes.
- Utilisation des meilleures pratiques pour chaque format publicitaire.
- Intégration des éléments de storytelling dans les publicités.
Mises en situation : création de contenus publicitaires pour différents objectifs.

4 - Mise en Place et Gestion des Campagnes

- Utilisation des interfaces publicitaires des différentes plateformes.
- Paramétrage des campagnes en fonction des objectifs.
- Gestion des budgets et des enchères.
Jeux de rôle : création et gestion de campagnes publicitaires en temps réel.

5 - Analyse des Performances et Optimisation

- Utilisation des statistiques et des rapports d'analyse.
- Interprétation des indicateurs de performance clés (CPC, CTR, ROI, etc.).
- Ajustements des campagnes en fonction des résultats.
Démonstration pratique : analyse en direct des performances d'une campagne publicitaire.