

Lancer une campagne publicitaire sur les médias sociaux (social ads / paid)

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Un écosystème publicitaire porté le social paid

Atelier : avantages et limites des social ads pour sa propre marque

- Quelle visibilité organique des posts de marque ?
- De la fin des cookies tiers aux stratégies social media
- Focus sur les modes d'achat du social paid

2. Panorama des formats social ads

- Les formats du social paid et leurs spécificités : Instagram / Facebook, TikTok, LinkedIn
- Focus sur les formats vidéo sur YouTube
- Tendances sur les derniers formats

JOUR 2

3. Les étapes-clés d'une campagne de publicité sur les médias sociaux

Atelier : définir les objectifs (Tofu, Mofu, Bofu) et les modes d'achat

- Évaluer l'efficacité d'une campagne social paid
- Démonstration du pixel de tracking : suivi de conversion, audience personnalisée, ciblage audience similaire (audience lookalike)

Atelier : évaluer les performances d'une campagne sur Facebook Business Manager

JOUR 3

4. Lancer une campagne par plateforme

- Les types de ciblage

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

2 850 euros HT

INTERVENANTS

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital
Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First
Mathieu BAUMGARTNER, Consultant digital Branding & Acquisition

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

Atelier : créer sa campagne sur Instagram ou Facebook

Atelier : choisir ses formats et ses contenus

Démo : créer une publicité TikTok

Démo : créer une publicité YouTube : types de campagnes et évaluation de la vraie performance (complétion, TrueView)

5. Les plateformes à venir

- Panorama des plateformes émergentes

Atelier : analyse d'opportunités de marque sur les applications de messageries et les réseaux émergents

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de 3 jours pour mettre les social ads au service de la visibilité de votre marque, programmer vos premières campagnes et optimiser l'efficacité de ses investissements

COMPÉTENCES VISÉES

- Connaître les formats et plateformes de diffusion du social advertising
- Maîtriser le lancement d'une campagne social paid (objectif, ciblage, paramétrage, efficacité et suivi)
- Suivre les dernières tendances des usages et formats social ads

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

EN PLACE OU À DISTANCE



Photo par Daniel Krason sur Shutterstock

CH:4 Social media et influence | IMR2

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 01 43 12 15 28 - inscription@mediainstitute.eu