

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

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Un écosystème publicitaire porté par le social advertising

- La visibilité organique des posts de marque
- Adblockers et stratégie sur les plateformes sociales
- Focus sur les investissements digitaux et les modes d'achat du social paid
- Social ads et programmation, moteur de la croissance digitale
- Les formats du social paid et leurs avantages respectifs

2. 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 avec le pixel Facebook : suivi de conversion, audience personnalisée, ciblage audience similaire (lookalike)
- Atelier :** évaluer les performances d'une campagne sur Facebook Business Manager

JOUR 2

3. Lancer une campagne par plateforme

- Les types de ciblage
- Atelier :** créer sa campagne sur Facebook et Instagram
- Atelier :** choisir ses formats et ses contenus
- Focus sur TikTok et Snapchat

DURÉE

2 jours / 14 heures - 9h00 / 17h45

TARIF

1 890 euros HT

INTERVENANTS

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital
Mathieu BAUMGARTNER, Consultant digital
Branding & Acquisition

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

- Focus sur YouTube : types de campagnes et évaluation de la vraie performance (taux de complétion, TrueView)
- Focus sur le social selling avec LinkedIn

4. Les plateformes de l'avenir

- Panorama des plateformes émergentes et best cases de marque
- Atelier :** analyse d'opportunités sur les applications de messageries et les réseaux émergents

Conclusion et évaluation individuelle

DESCRIPTION

Une formation de deux jours pour comprendre l'importance des social ads dans la visibilité de votre marque, optimiser l'efficacité de ses investissements et programmer vos premières campagnes

COMPÉTENCES VISÉES

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

PRÉ-REQUIS ET PUBLIC

Tous publics

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, Atelier, Quiz

sur place ou à distance



Photo par Daniel Krason sur Shutterstock

CH:4 Social media et influence | IMR2

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