

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

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Un écosystème publicitaire porté par le social paid

- Quelle visibilité organique pour les posts de marque ?

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

- Focus sur les modes d'achat du social paid

2. Panorama des formats social ads

- Les formats du social paid et leurs spécificités : Meta (Instagram / Facebook), TikTok, LinkedIn

- Focus sur les formats vidéo sur YouTube

- Les dernières tendances en termes de formats et de plateformes

JOUR 2

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

Atelier : définir ses objectifs et ses 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

Atelier : créer sa campagne sur Instagram

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9h30 / 17h45

TARIF

2 990 euros HT

INTERVENANTS

Jehan LE CHEVOIR, Co-Fondateur - Social First

Bertrand LAISNÉ, Fondateur - Continent Digital

Gaétan HAMEL, Fondateur - AD SHAKER

Hamin SLIMANI, Team lead social ads - OMD

Zerrin CERREN, Co-fondatrice - Nevama

DATES

Consultez les dates sur [media-institute.com](https://www.media-institute.com)

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. Mettre l'intelligence artificielle au service de ses contenus en social paid

- Découverte des principaux outils de l'IAG appliquée à la création de contenus publicitaires

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 campagnes et optimiser l'efficacité de vos investissements (ROAS)

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

sur place ou à distance



Photo par Daniel Krason sur Shutterstock

CH:3 Social media et influence | IMR2

Inscription, renseignements, intra ou sur-mesure : 06 25 64 17 77 - inscription@mediainstitute.eu