

Lancer une campagne publicitaire sur les médias sociaux

best

Programme

JOUR 1

Introduction et positionnement initial

1. Comprendre l'écosystème social media ads

- Les usages des internautes
- 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
- 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

- Comprendre la structure d'une campagne social ads
- Paramétrer chaque étape de la campagne (objectifs, budget, durée, ciblage, placements, créatives)
- Paramétrer son pixel de conversion
- Découverte d'outils d'inspiration publicitaire gratuits

Atelier : imaginer sa prochaine campagne social ads

DURÉE

3 jours / 21 heures - 9 h 30 - 17 h 30

TARIF

2 990 € HT

INTERVENANTS

Jehan LE CHEVOIR, Co-CEO - Social First

Bertrand LAISNÉ, CEO - Continent Digital

Hamin SLIMANI, Team lead social ads - OMD

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

JOUR 3

4. Lancer une campagne par plateforme

- Démonstration d'une création de campagne sur le Meta Ads Manager
- Analyse des performances d'une campagne

Atelier : créer sa campagne sur Instagram et/ou TikTok, LinkedIn, etc.

Atelier : choisir ses formats et ses contenus

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

- Découverte des principaux outils de l'intelligence artificielle générative appliquée à la création et l'analyse de contenus et performances 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

PRÉREQUIS ET PUBLIC

Tous publics.

PÉDAGOGIE ET ÉVALUATION DES COMPÉTENCES

Présentation, atelier, quiz.

 **sur place ou à distance** 



Photo de Planet Volumes sur Unsplash

CH:3 Social media et influence | IMR2

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