

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

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
- 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

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 CEREN, Co-fondatrice - Nevama

DATES

Consultez les dates sur media-institute.com

Atelier : créer sa campagne sur Instagram

Atelier : choisir ses formats et ses contenus

Démo : créer une publicité TikTok

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

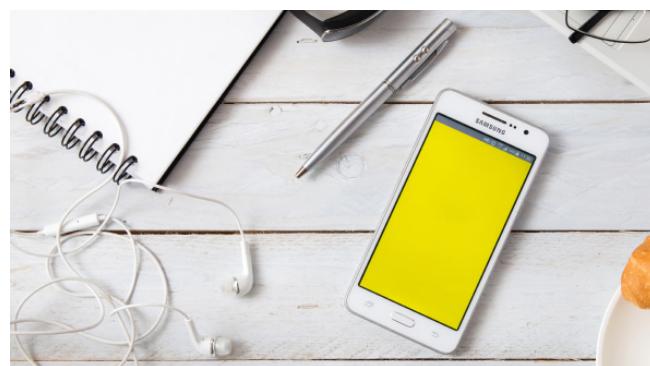


Photo par Daniel Krason sur Shutterstock