

# Formation Facebook Ads (2 Jours)



## Présentation de la formation

La publicité en ligne fait maintenant partie intégrante des stratégies marketing des sociétés présentes sur le Web. Créer une campagne Facebook Ads est une solution rapide pour générer rapidement du trafic qualifié sur vos réseaux sociaux et sur votre site.

## Pré-requis

Aucun pré-requis.

## Public

Artisans, Chef d'entreprise, conjoints & salariés d'entreprise

## Objectifs

- Créer & gérer en interne des campagnes Facebook Ads
- Définir un objectif, un ciblage de campagne de publicité Facebook
- Mesurer les résultats liés aux annonces Facebook

2 journées de 7 heures

14 heures

## Programme

### JOUR 1 – MATIN : Introduction à la publicité Facebook

- Présentation de la publicité Facebook & analyse comparative
- Les différences entre le Boost & la campagne FBA
- Les avantages du gestionnaire de publicité
- Les différents placements publicitaires (formats, supports...)
- Création d'un compte Business Manager & l'administrer

### JOUR 1 –APRES-MIDI : Définir sa stratégie de campagne

- Le principe de tunnel de vente
- Les facteurs de réussite d'une campagne (Produit, site web, e-réputation, marque..)
- Le fonctionnement du pixel Facebook
- Création & pose du pixel + création d'évènements
- Les audiences personnalisées, Lookalike, retargeting
- Les différents objectifs publicitaires
- Les stratégies d'enchères & conseils de gestion de budget publicitaire

# Formation Facebook Ads (2 Jours)

## JOUR 2 – MATIN : Créer une première campagne

- Ciblage géographique & démographique
- Les options de configuration d'audience
- Choisir ses placements et ses réseaux de diffusion
- Les formats de publicités FBA
- Le wording & les CTA
- Les autres outils : planificateur de contenu etc

## JOUR 2 –APRES-MIDI : Optimiser la performance des campagnes Ads

- Les indicateurs à surveiller (CPC, CPM, CTR, Clics, engagement..)
- Différencier une bonne d'une mauvaise campagne
- Les rapports automatiques
- Optimiser une campagne existante en modifiant les paramètres
- Le tracking : difficultés & solutions

# Formation Facebook Ads (2 Jours)

## Déroulé pédagogique journée 1

Durée	Intitulé de Séquence	Objectifs de la séquence	Contenus / Activités	Modalités pédagogiques	Moyens Pédagogiques	Modalités de secours
30min	Introduction du programme de la journée	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueillir les participant</li> <li>Introduire la journée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueil des participants</li> <li>Tour de table des participants</li> <li>Émargements et Questionnaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salle de formation</li> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Fiches émargements</li> <li>Questionnaire entrée</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Introduction à la publicité Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre l'intérêt/le fonctionnement de Google Ads</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Définir ses objectifs : vente, trafic</li> <li>Définir un plan media publicitaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> <li>Diaporama</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Introduction à la publicité Facebook	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre l'intérêt/le fonctionnement de Google Ads</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Choisir sa période de diffusion et son ciblage</li> <li>Budget et stratégie d'enchères</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Démonstrations</li> <li>Exercices pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> <li>Diaporama</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
PAUSE DEJEUNER						
1h30	Définir sa stratégie de campagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer ses propres campagnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Définir ses objectifs : vente, trafic</li> <li>Définir un plan media publicitaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Exercices pratiques</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> <li>Diaporama</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Définir sa stratégie de campagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer ses propres campagnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Choisir sa période de diffusion et son ciblage</li> <li>Budget et stratégie d'enchères</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
30min	Conclusion du Module & préparation de la 2ème journée	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valider les acquis</li> <li>Conclure le module</li> <li>Evaluer la satisfaction des participants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tour de table, bilan collectif de la Journée</li> <li>Émargements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Bilan collectif oral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Feuilles émargement</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.

## Déroulé pédagogique journée 2

Durée	Intitulé de Séquence	Objectifs de la séquence	Contenus / Activités	Modalités pédagogiques	Moyens Pédagogiques	Modalités de secours
30min	Introduction du programme de la journée	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueillir les participant</li> <li>Introduire la journée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Accueil des participants</li> <li>Tour de table des participants</li> <li>Émargements et Questionnaire</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Salle de formation</li> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Fiches émargements</li> <li>Questionnaire à chaud</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Créer une première campagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer ses propres campagnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>aramétriser sa campagne</li> <li>Choisir les mots-clés et leur ciblage</li> <li>Déterminer ses enchères</li> <li>Rédiger ses annonces</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> <li>Diaporama</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Créer une première campagne	<ul style="list-style-type: none"> <li>Créer ses propres campagnes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Définir ses landing pages et les optimiser</li> <li>Paramétrer le tracking statistique</li> <li>Focus sur les campagnes mobiles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> <li>Diaporama</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
PAUSE DEJEUNER						
1h30	Optimiser la performance	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer le suivi et l'optimisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tableaux de bords de suivis</li> <li>Analyse de la performance : choix des KPI's</li> <li>Les actions correctives</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Exercices pratiques</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> <li>Diaporama</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
1h30	Optimiser la performance	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurer le suivi et l'optimisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maîtriser Google Adwords Editor</li> <li>Optimiser ses landing pages via le test A/B</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Démonstrations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Ordinateur</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.
30min	Conclusion du Module & préparation de la 2ème journée	<ul style="list-style-type: none"> <li>Valider les acquis</li> <li>Conclure le module</li> <li>Evaluer la satisfaction des participants</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tour de table, bilan collectif de la Journée</li> <li>Émargements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Face à Face / Diaporama</li> <li>Échanges avec participants</li> <li>Bilan collectif oral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vidéoprojecteur</li> <li>Feuilles émargements</li> <li>Questionnaire de fin</li> </ul>	Séquence Obligatoire pas de modalité de secours possible.