

FACEBOOK ADS - REUSSIR VOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES FACEBOOK

PUBLIC CONCERNE		PREREQUIS
Toute personne désirant faire la promotion de sa page Facebook par le biais d'une campagne publicitaire. L'accès à cette formation, pour les personnes en situation de handicap, est facilité.		Une bonne pratique de l'environnement Windows et d'Internet est obligatoire. Si nécessaire, <u>un questionnaire de niveau</u> permettra de s'assurer de l'adéquation des compétences du stagiaire avec les prérequis.
DURÉE ET MODALITES D'ORGANISATION	1 jour – 7 heures (8h30-12h / 13h30-17h) + 1 jour, 7 heures d'ateliers pour les participants concernés. En présentiel.	Dates en continu ou discontinu selon <u>le calendrier à consulter sur notre site</u>
EVALUATION / SANCTION DE LA FORMATION	MOYENS ET METHODES PEDAGOGIQUES	
Attestation individuelle de fin de formation comprenant le résultat de l'évaluation des acquis validés par le formateur. Bilan <u>qualitatif</u> de fin de stage permettant de mesurer la satisfaction du stagiaire sur les qualités pédagogiques, l'organisation ainsi que sur l'atteinte de ses objectifs.	La formation est animée par un professionnel confirmé qui alterne apports théoriques et mise en pratique individuelle. Le nombre de participants par session est limité, ce qui assure un suivi personnalisé et une optimisation des acquis. Chaque participant dispose d'un ordinateur récent, d'une connexion Internet haut débit. Remise d'un support de cours adapté.	
OBJECTIFS DE LA FORMATION	À l'issue de la formation, le stagiaire doit être capable de comprendre le fonctionnement de la publicité sur Facebook et comment l'appliquer à sa stratégie de communication. <i>L'acquisition de ces compétences est évaluée par le formateur tout au long de la formation par des exercices de mise en pratique immédiate.</i>	
QUALITÉ DES FORMATEURS	LIEU DE LA FORMATION	
Formateurs professionnels expérimentés (voir l'équipe pédagogique sur notre site)	Formation réalisée au centre de formation : 3 Bd de Clairfont, Naturopôle, Bât. H 66350 Toulouges	

PROGRAMME DÉTAILLÉ :

Facebook présente des caractéristiques attractives pour les marques qui souhaitent faire des campagnes publicitaires sur sa plateforme :

- Audience très importante (1,49 milliard d'utilisateurs actifs mensuels dont 30 millions en France).
- Coût par clic (CPC) le moins cher du marché (y compris comparé à Google Adwords).
- Nombreuses options de ciblage simples et avancées qui permettent de créer des campagnes publicitaires diffusées aux personnes les plus susceptibles d'être intéressées par votre entreprise, vos produits et vos services.
- Facebook récompense les entreprises dont les annonces publicitaires sont qualitatives et pertinentes en réduisant leur coût par clic (CPC).
- Avec la baisse de la portée, les annonces Facebook sont devenues incontournables si bien que les entreprises sont de plus en plus nombreuses à les utiliser.
- Facebook propose différents formats qui soutiennent les objectifs marketing de votre marque : générer des conversions sur votre site web, accroître les visites en magasin, augmenter le trafic sur votre site web etc

ANALYSE DE VOTRE PAGE FACEBOOK

OBJECTIFS :

- Choisir un objectif publicitaire approprié
- Créer une campagne publicitaire selon la structure officielle
- Savoir utiliser les outils dédiés aux campagnes publicitaires
- Savoir utiliser les fonctionnalités avancées
- Savoir optimiser une campagne publicitaire
- Savoir mesurer les performances de vos campagnes

1. Enseignements

- Choisir un objectif publicitaire en fonction des objectifs marketing de votre entreprise.
- Connaître les outils publicitaires internes (présentation / avantages / inconvénients).

- Utiliser le gestionnaire de publicité.
- Maîtriser les options de ciblage (audiences personnalisées, audiences semblables, etc.).
- Préparer un visuel d'annonce publicitaire au bon format avec le logiciel photofiltre.
- Créer une annonce publicitaire avec l'outil de création des annonces.
- Créer une annonce publicitaire avec le power editor.
- Connaître les bonnes pratiques pour les annonces Facebook.

2. Atelier

Les participants créent une campagne publicitaire via le power editor (carte bleue nécessaire)

Note : Ce programme est susceptible d'être modifié en fonction des changements annoncés par Facebook.