

Formation : Publicité sur les réseaux sociaux

PRÉSENTATION DU PARCOURS DE FORMATION :

Dans ce parcours de formation, vous apprendrez comment élaborer une stratégie alignée sur les réseaux sociaux, gérer efficacement les campagnes publicitaires, et analyser les performances pour optimiser et maximiser le retour sur investissement.

À la fin de ce parcours de formation, vous aurez toutes les billes pour lancer votre stratégie sur les réseaux sociaux.

LES POINTS FORTS DE NOTRE PARCOURS DE FORMATION :

Nous vous proposons un parcours de formation composé de plusieurs modules et adapté en fonction de vos connaissances.

PUBLICS CONCERNES :

- Entrepreneurs
- Équipes marketing / communication d'entreprises
- Community managers

PREREQUIS

- Savoir utiliser internet et les réseaux sociaux
- Disposer d'une page professionnelle (recommandé)

OBJECTIFS :

- Utiliser les formats et plateformes de diffusion du social advertising (social ads, paid social).
- Réaliser le lancement d'une campagne social paid (objectif, ciblage, paramétrage, efficacité et suivi).
- Analyser les performances et optimiser les campagnes.

DURÉE :

21 heures

PRIX :

850€ HT la journée

PUBLIC :

1-5 personnes

MODALITÉS :

La formation peut se dérouler dans nos locaux, situés au 8 rue Marguerite à Montpellier, ou directement dans vos locaux en présentiel. La formation peut être également réalisée en visioconférence si l'apprenant ne peut se déplacer.

La formation sera planifiée en fonction des disponibilités de l'apprenant sous réserve de la convention retournée validée dans un délai de 14 jours.

PROCESSUS D'INSCRIPTION :

- Le participant reçoit un programme détaillé comprenant les objectifs pédagogiques, les modalités, le tarif, les prérequis.
- La demande d'inscription est transmise par mail à l'adresse bienvenue@en-janvier.com
- Le besoin est analysé via le questionnaire de positionnement et/ou un entretien éventuel par le formateur
- Dès l'inscription validée, la convention de formation est transmise avec la convocation, le programme et le livret d'accueil.

ACCESSIBILITÉ :

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap, notre équipe est à votre disposition pour étudier la faisabilité de la formation et sa mise en œuvre.

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES :

Méthode démonstrative basée sur des exercices pratiques de mise en situation. Les modules pourront être sélectionnés en fonction des besoins.

MOYENS TECHNIQUES :

Disposer d'un ordinateur (PC ou MAC).

DÉROULÉ :

Le stagiaire répond à un questionnaire de positionnement en amont de la formation afin de définir son niveau sur l'ensemble des objectifs pédagogiques contenus dans le programme. Le déroulé sera adapté en fonction du positionnement du groupe.

Chaque module intègre la réalisation d'ateliers pratiques permettant la progression et le développement des compétences de l'apprenant. Les participants travaillent sur leurs propres cas professionnels.

Tous les supports et exercices nécessaires au suivi du parcours de formation seront remis au stagiaire dans son livret de l'apprenant (livret d'accueil comprenant support de formation, exercices à réaliser, les résultats des évaluations, règlement intérieur).

A mi-parcours, l'encadrement pédagogique propose à l'apprenant de compléter un questionnaire de suivi pédagogique qui permet de s'assurer du bon déroulement de la formation et de réaliser un suivi personnalisé avec l'apprenant.

MODALITÉS D'ÉVALUATION :

Évaluation des acquis : L'évaluation des acquis est réalisée en continu tout au long de la formation au travers d'exercices pratiques. A la fin de la formation, l'apprenant remplit un questionnaire final permettant d'attester l'atteinte des objectifs.

Évaluation de la satisfaction : A l'issue de la formation, une évaluation à chaud (Bilan qualité) est remplie par le stagiaire.

MODALITÉS DE SUIVI ADMINISTRATIF :

Feuille d'émargement

Attestation de fin de formation

Questionnaire de satisfaction

PERSONNE EN CHARGE DE LA FORMATION :

Amine BEN LAZREG

Poste occupé : Responsable WebMarketing

Compétences techniques : Audit & Stratégie, analyse des résultats, mise en place de campagnes publicitaires sur Google et les RS, optimisation des campagnes.

CONTENU DÉTAILLÉ DU PARCOURS DE FORMATION

MODULE 1 : Les bases de la publicité digitale

SMA, SMO - définition des termes, comparaison et complémentarité.
Quelle plateforme utilisée en fonction de votre audience cible.
Les différents types de campagnes (Tiktok, Instagram, Facebook, LinkedIn).

MODULE 2 : Les étapes-clés d'une campagne

Définir les objectifs et les modes d'achats.
Identification de la cible et des segments d'audience.
Choix de formats publicitaires en fonction des objectifs.
Pixel de suivi : suivi de conversion, audience personnalisée, ciblage audience similaire

MODULE 3 : Publicité sur les réseaux sociaux

Créer une campagne sur Meta Business Manager (Facebook et Insta).
Créer une campagne sur Tiktok Ads.
Créer une campagne sur LinkedIn Ads.
Paramétrage des campagnes en fonction des objectifs.
Gestion des budgets et des enchères.

Optimisation des campagnes

Utilisation des meilleures pratiques pour chaque format publicitaire.
Améliorer les performances via l'A/B testing

-> Atelier : Créer et optimiser une campagne sur les différentes plateformes (Meta, LinkedIn et Tiktok)

MODULE 4 : Rapports et performances

Évaluer la performance de ses campagnes avec les objectifs de conversions.
Suivre les KPIs.
Ajustements des campagnes en fonction des résultats.

-> Atelier : Analyser les performances d'une Campagne et générer un rapport avec les KPIs correspondant à l'objectif de cette campagne.

	Nombre d'apprenants	Taux de satisfaction
2024	4	100%
2025	3	100%

Programme daté du 12/03/2026