



Publicité sur le Web et les réseaux sociaux

NIVEAU : Débutant

POSITIONNEMENT : Fondamentaux

PRE-REQUIS : Cette formation nécessite une bonne connaissance du Web, des réseaux sociaux et de leurs spécificités

PROFILS STAGIAIRES : Toute personne responsable marketing ou communication digitale

DUREE : 14 heures – 2 jours

DATE : Voir convention

TARIF : A partir de 600 € la journée

LIEU DE FORMATION : En entreprise ou en salle proposée par l'organisme de formation, accessible aux personnes à mobilité réduite

FORMATION DISPONIBLE EN : Présentiel – Distanciel (face-à-face et partage d'écran avec un formateur) – Sur-mesure

*Vous êtes en situation de Handicap, merci de nous contacter pour l'analyse de l'adaptation des modalités de l'action de formation.

MODALITES ET DELAIS D'ACCES : En moyenne votre demande est prise en charge dans un délai de 48 heures, une fois le devis validé nous pouvons mettre en place la formation entre 1 semaine à 3 semaines

SUIVI DE FORMATION : feuille de présence

OBJECTIF :

A l'issue de la formation le stagiaire aura acquis la capacité à préparer, mener et mesurer une campagne publicitaire sur le Web et les réseaux sociaux

METHODE PEDAGOGIQUE :

Alternance entre théorie et pratique

Mise en situation

MODALITÉS D'ÉVALUATIONS :

Tests, Exercices Pratiques

Evaluation en début et fin de formation.

Tests formels et informels tout au long de la formation permettant de suivre l'évolution et valider les acquis en fin de formation.

FORMALISATION A L'ISSUE DE LA FORMATION : Remise d'une attestation de formation

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES :

- Préparer une campagne publicitaire digitale.
- Définir une stratégie Display et Search.
- Créer une publicité sur les médias sociaux.
- Choisir les modes d'achat et les formats adaptés.
- Mesurer la performance et le retour sur investissement.

CONTACT : Tél : 01 44 93 81 13 - E-mail : ilanite@progressia.fr

www.progressia.fr - 200 Rue De La Croix Nivert 75015 Paris

N° Siret 440 132 314 00053 - N° d'existence : 11 94 0828794

* Ce programme peut évoluer selon vos besoins

JOUR 1 :

Construire une campagne publicitaire digitale

L'écosystème de la publicité digitale

- Complémentarité des médias à travers le modèle POEM
- SEA, affiliation, régies au clic, social ads... les solutions de publicité digitale
- Le RTB et les Adexchanges

Réussir sa campagne Display

- Définir sa stratégie display
- Les modes d'achat : CPM, CPC, CPL, CPA...
- Les formats : bannières, skyscrapers, boutons, pré-roll...
- Adexchange, DMP (Data Management Plateform) et RTB (Real Time Bidding) Le Search Engine Marketing
- Complémentarité entre SEO et SEA
- Préparer une campagne Google Adwords
- Adopter une logique de test

JOUR 2 :

Déployer les Social Ads et mesurer les performances

Publicité sur les médias sociaux

- Native Advertising, Publications Sponsorisées... l'offre publicitaire des médias sociaux
- Les opportunités de ciblage de ces réseaux
- Les outils de gestion de campagne (planification, suivi de budget...)

Mesurer la performance de vos campagnes

- Les critères d'évaluation d'un plan
- Les marqueurs statistiques
- Calculer le ROI de vos campagnes
- Evaluer les performances selon les médias et les objectifs

COMPÉTENCES VISÉES :

Cette formation permet de :

- Définir une stratégie publicitaire digitale.
- Préparer une campagne Display, SEA ou Social Ads.
- Choisir les formats, ciblage et modes d'achat.
- Suivre le budget et les indicateurs.
- Calculer et interpréter le retour sur investissement.

MATÉRIEL REQUIS :

Outil de prise de notes, ordinateur, internet. Accès aux comptes publicitaires utilisés pendant la formation.

NOMBRE DE STAGIAIRE : 1 à 8

Modifié le 09/06/2022