Facebook Ads: Lancer et optimiser vos campagnes publicitaires

Marketing Digital -

CCI Formation Pro

La formation en résumé

Avec la baisse de la portée des publications (changement de l'algorithme), les annonces Facebook sont devenues incontournables pour permettre aux entreprises de toucher leur cibles.

Le réseau social propose différents types de Facebook Ads qui soutiennent les objectifs marketing de votre entreprise: générer des conversions en ligne, accroître les visites en magasin, augmenter le trafic sur votre site web…

Découvrez et maitriser ces différent formats !

Objectifs :

Savoir définir un objectif publicitaire en fonction des objectifs marketing de votre entreprise,

Utiliser le gestionnaire de publicité

Maîtriser les options de ciblage (audiences personnalisées, audiences semblables...)

Maîtriser les types d'enchères (CPM, CPC, CPM, CPA)

Créer une annonce publicitaire, faire de l'A/B testing

Connaître les modèles de publicité qui marchent aujourd'hui

Participants :

Toute personne souhaitant vendre et/ou optimiser ses produits sur Facebook

Prérequis :

Connaître le réseau social Facebook et/ou animer une page entreprise

800 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

14 heures

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 06/12, 07/12

Le contenu

Pourquoi faire de la publicité sur Facebook

Eléments statistiques du média publicitaire Facebook

Quel type de publicité peut-on faire sur Facebook et quoi en attendre

Administrer son compte publicitaire Facebook

Créer sa page Facebook: les points clés à soigner

Créer son compte publicitaire Facebook: paramètres de paiement, rôles et utilisateurs du compte publicitaire, pages Facebook gérées par le compte

Structuration d'une publicité Facebook: campagnes->ensembles de publicités -> publicités

Les principaux objectifs de publicité: trafic vers un site Internet, présentation de produit, offres et promotions, nototriété, retargeting, like de pages

Les principaux types de publicités: photo, video, carroussel, canvas (mobile), publication sponsorisée

Comprendre le Pixel Facebook et comment l'installer sur son site

Comprendre la puissance des audiences

Créer une première audience avec Audience Insight (statistiques d'audience)

Créer sa première audience personnalisé: depuis le Pixel, depuis les Interactions, depuis un fichier client

Créer une audience similaire: objectif et performance de ce type d'audience

Créer sa publicité Facebook

Règles d'ergonomie de conception

Les outils graphiques disponibles

Process pas-à-pas de la création d'une publicité Facebook (en live)

Préparer des alternatives: le split testing ou A/B test

Tester le visuel, le tirage, la description

Tester les audiences

Tester la diffusion (Facebook, Instagram, mobile...)

Evaluer l'efficacité de la publicité et les actions correctives

- Les principaux KPI

- CPC (Cost Per Click) - pourquoi ce n'est pas le plus important
- CPM (Cost per Mile)
- Apperçu de la liste des indicateurs disponibles selon les objectifs et types de publicité

- Evaluer la performance de la publicité

- CTR (Click Through Rate) - l'indice qualité de la publicité

- Evaluer la rentabilité

- CPPL (Cost Per Lead) - le coût d'acquisition d'un lead (prospect ciblé)
- CPA (Cost Per Action) - le coût réel d'une conversion/vente
- ROI: les "bénéfices"de la campagne face aux dépenses

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques techniques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques. Echanges, analyse de pratiques, mises en situation et mises en pratique, cas réels d'entreprises, co-construction. Salles de formation équipées pour une pédagogie active.

Suivi de l'exécution et appréciation des résultats

Cette formation donne lieu à une évaluation de satisfaction complétée par les participants et un tour de table collectif avec le formateur. Cette formation donne lieu à une évaluation des acquis uniquement dans le cadre d’une certification. Nombre de stagiaires : 3 à 10 Animateur/formateur : nom et parcours disponibles sur simple demande.

La formation est accompagnée de quiz avant et après les modules, un travail en direct de conception de campagne, groupe de campagne, publicité et test A/B.

Les stagiaires reçoivent un support de cours illustré avec la procédure de création de publicité pas-à-pas.