Créez votre stratégie publicitaire online

Marketing Digital - 2025

CCI Formation Pro

La formation en résumé

Boostez vos ventes avec une stratégie publicitaire en ligne efficace !
Apprenez à concevoir des campagnes publicitaires percutantes qui génèrent des résultats concrets. Grâce à cette formation, vous maîtriserez les outils essentiels (Google Ads, Facebook Ads, etc.) pour créer des annonces ciblées, maximiser votre budget et attirer vos clients idéaux. Vous découvrirez comment définir vos objectifs, choisir les bons canaux et optimiser vos campagnes pour un retour sur investissement optimal.

Objectifs :

- Connaître les différents formats de publicités en ligne
- Formats publicitaires proposés par Google
- Formats pub via les réseaux sociaux
- Notions d'affiliation, native advertising et sponsored content
- Les publicités à enjeux spécifiques : Amazon Advertising, ASA, ...
- Panorama d'autres formats et prestataires de publicités en ligne

Participants :

Chefs de projets,Responsables Web, Webmasters, Chargé(e)s de communication, Community managers, Web marketeurs

Prérequis :

- Connaitre les fonctionnalités de base de Google Ads ou avoir suivi la formation " Mener des campagnes publicitaires avec Google Ads"

1 060 €

(non assujetti à la TVA)

2 jours

(14 heures)

Appartient au(x) cycle(s) :

Cycle "Stratégies d'Engagement Client et d'Impact sur les Réseaux Sociaux"

Dates et villes

Lyon - 04 72 53 88 00

- 07/04, 08/04
- 16/06, 17/06
- 13/10, 14/10
- 11/12, 12/12

Le contenu

Connaître les différents formats de publicités en ligne

- Formats publicitaires proposés par Google
- Formats pub via les réseaux sociaux
- Notions d'affiliation, native advertising et sponsored content
- Les publicités à enjeux spécifiques : Amazon Advertising, ASA, ...
- Panorama d'autres formats et prestataires de publicités en ligne

Maîtriser les fonctionnalités avancées de Google Ads pour en connaître le potentiel

- Les extensions d'annonces et les priorisations d'enchères
- Optimisation des campagnes via les termes de recherche des internautes
- L'analyse des KPI et des concurrents
- Identifier les leviers d'optimisation de ses campagnes en cours

Autres formats de Google Ads : Display, Vidéo, Shopping

- La création de campagnes Display dans Google Ads
- Les différents formats Vidéos et la création de campagnes
- Maximiser vos ventes via les campagnes Shopping Shopping et fonctionnement de Google Merchant Center
- Mettre en place le retargeting dans Google Ads

La publicité via les réseaux sociaux

- Panorama des solutions publicitaires des principaux réseaux
- Les enjeux des social ads
- La publicité pour vendre vs. la publicité pour animer la communauté
- Différents formats pour différents objectifs
- La maîtrise de l'audience

La publicité sur Facebook et Instagram

- Introduction à l'outil de gestion des publicités : Meta Business Manager
- Comprendre la logique de machine learning dans les réseaux sociaux
- Savoir configurer une campagne et les paramètres principaux
- Formats avancés : le retargeting, audience similaire, boutique et catalogue, vidéo mid-roll, …

Les autres formes de publicités online

- La publicité via les influenceurs ou les contenus sponsorisés
- Maîtriser le principe de l'affiliation : stratégie, bonnes pratiques et outils
- Le native advertising ou publicité camouflée

Mettre en place une stratégie publicitaire globale et performante

- Développer une stratégie d'acquisition payante
- Penser sa stratégie pour avoir des résultats performants
- Combiner les forces des différents formats en fonction de votre activité
- Gestion et arbitrage des budgets publicitaires en ligne
- L'analyse des KPI et le suivi du ROI

Créativité publicitaire : élément de performance publicitaire

- La copy strategy et le concept au service de la publicité en ligne
- Éléments visuels : créer une publicité attractive
- Éléments de discours : chercher l'adhésion et atteindre vos objectifs en respectant votre image de marque
- Osez la créativité et les formats originaux

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.
Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises.
Support de formation remis aux participants.
Groupe de 3 à 12 participants maximum.
Formation animée par un de formateur expert de son domaine sélectionné selon un processus qualité certifié. Les formateurs sont accompagnés par notre pôle pédagogique intégré « Agir et Apprendre ». Parcours du formateur disponible sur simple demande.

Suivi et évaluation de la formation :
Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l'objet d'une analyse/correction et d'un retour du formateur. Un questionnaire d'analyse des besoins et de positionnement sera envoyé en amont.
Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.
Retrouvez les modalités de la certification pouvant être associée à cette formation en cliquant ici