

Maîtriser la publicité sur le web et les réseaux sociaux (SEA, display, social ads)

DESCRIPTION

Recourir à la publicité sur le web et/ou les réseaux sociaux peut être **un moyen très efficace de gagner en visibilité et d'attirer de nouveaux prospects**, d'autant que ce type de publicité permet d'adresser distinctement plusieurs segments de cible et de façon personnalisée. Les formats, coûts, modalités diffèrent fortement selon les supports : il est essentiel de connaître toutes les possibilités existantes, afin de faire le meilleur choix possible. Cette formation vous propose un panorama des formats de publicité web et réseaux sociaux, puis vous aide à construire, créer et suivre vos campagnes sur les supports choisis.

Remarque : cette formation n'a pas pour objectif d'apprendre à utiliser les réseaux sociaux, mais seulement d'en aborder l'aspect publicité. Une connaissance des réseaux envisagés est donc indispensable en amont (une utilisation basique à titre personnel suffit). Si besoin, voir **nos différentes formations sur l'usage de LinkedIn**.

OBJECTIFS

- Connaître les différents modes de publicité digitale et leurs caractéristiques (fonctionnement, formats, plateformes, coûts...)
- Être en mesure de préparer, lancer et suivre une campagne publicitaire sur le web et/ou les réseaux sociaux

PUBLIC

- Directions marketing
- Directions commerciales
- Responsables et équipes marketing
- Responsables et équipes communication.

PROGRAMME

Modules et contenus :	Durée :
<p>Module 1 : Présentation et principe de la publicité digitale</p> <ul style="list-style-type: none"> - Qu'est-ce que la publicité digitale ? Les différents modes de publicité sur le web et les réseaux sociaux. - Pourquoi recourir à la publicité digitale ? - Les avantages de la publicité digitale - Le fonctionnement général des publicités digitales - Les limites 	<p>1 séance de 1h30</p>
<p>Module 2 : Utiliser Google ads pour le SEA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation de l'outil - Création d'un compte et connexion avec les outils internes - Les spécificités de ce canal de publicité - Gérer son budget - Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre - Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne - Suivi des performances et adaptation 	<p>3 séances de 1h30</p>
<p>Module 3 : Utiliser Google ads pour le display</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation et panorama du display - Création d'un compte et connexion avec les outils internes - Les spécificités de ce canal de publicité - Gérer son budget - Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre - Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne - Suivi des performances et adaptation 	<p>3 séances de 1h30</p>

<p>Module 4 : Créer des campagnes Shopping sur Google Ads</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation de Google Shopping - Création d'un compte et connexion avec les outils internes - Les spécificités de ce canal de publicité - Gérer son budget - Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre - Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne - Suivi des performances et adaptation 	<p>3 séances de 1h30</p>
<p>Module 5 : Créer des campagnes vidéo sur Google Ads / YouTube</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation - Création d'un compte et connexion avec les outils internes (si nécessaire) - Les spécificités de ce canal de publicité - Gérer son budget - Les éléments nécessaires pour la mise en œuvre - Accompagnement à la mise en œuvre d'une campagne - Suivi des performances et adaptation 	<p>3 séances de 1h30</p>
<p>Module 6 : Faire de la publicité sur les réseaux sociaux / utiliser les social ads</p> <p><i>Ce module est utile si vous ne savez pas encore sur quel(s) réseau(x) agir ou si vous souhaitez un panorama général des social ads. Si votre choix est déjà fait, vous pouvez vous reporter directement aux modules 7 et/ou 8.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation rapide des réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook / Instagram - Fonctionnement des publicités et mécanismes de coût - Les prérequis nécessaires avant de lancer une campagne - Mode d'emploi général des publicités sur les réseaux sociaux 	<p>1 séance de 1h30</p>
<p>Module 7 : Faire de la publicité sur LinkedIn*</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation de LinkedIn - Prérequis pour faire de la publicité - Types de publicité et de supports disponibles - Eléments à définir/collecter pour créer des publicités - Choix et préparation d'une ou plusieurs publicités - Lancement, suivi et optimisation <p><i>*Pour un cours plus complet, voir notre formation Renforcer son influence et sa visibilité sur LinkedIn.</i></p>	<p>3 séances de 1h30</p>
<p>Module 8 : Faire de la publicité sur Facebook/Instagram</p> <ul style="list-style-type: none"> - Présentation de Facebook/Instagram - Prérequis pour faire de la publicité - Types de publicité et de supports disponibles - Eléments à définir/collecter pour créer des publicités - Choix et préparation d'une ou plusieurs publicités - Lancement, suivi et optimisation 	<p>3 séances de 1h30</p>

Ce programme peut être modifié. S'il est allégé par exemple, le prix sera réduit. Le prix final est fixé une fois le programme définitif établi avec vous. L'adaptation aux besoins exacts de votre entreprise se fait sans coût supplémentaire.

METHODES MOBILISEES - LearnAndDo™

Modalités pédagogiques :

Cette formation est réalisée **entièrement à distance**.

Chaque session fait l'objet d'une **présentation power point (support de cours)** diffusée au stagiaire par le formateur, et est enregistrée si le stagiaire l'accepte. La présentation power point est envoyée par mail sous format PDF après chaque session, à chaque stagiaire, avec l'enregistrement le cas échéant.

Cette formation suit le concept de **LearnAndDo™** : apprendre et faire en même temps. Pour ce faire, des **exercices** sont proposés aux stagiaires d'un cours à l'autre. Les exercices sont revus avec le formateur au début du cours suivant.

Chaque session est **participative et interactive** : les stagiaires sont invités à poser des questions s'ils en ont, ou à faire part de leurs remarques, expériences, avis.

Attention : pour la mise en pratique (**partie 2 et suivantes**), il devient nécessaire d'avoir un compte sur les outils utilisés et de prévoir un budget de dépenses. Les éléments nécessaires au choix sont détaillés en amont. La mise en pratique ne peut avoir lieu sans cela.

Moyens techniques :

La formation est réalisée par **Teams®**. Une aide à l'utilisation de Teams® est fournie par le formateur aux stagiaires, en amont de la première session. Au début de chaque session, le formateur et les stagiaires vérifient ensemble la bonne qualité des conditions techniques.

Formateur :

Cette formation est délivrée par un formateur expérimenté, dont les compétences et la pédagogie ont été éprouvées.

Chaque stagiaire ou groupe de stagiaires est suivi par **un seul et même formateur**.

PREREQUIS

Une **connaissance basique des réseaux sociaux** (LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube...) est requise pour cette formation. Un QCM est proposé à chaque stagiaire en amont de la formation, afin de vérifier ce point.

A PREVOIR POUR LA FORMATION

Matériel informatique et connexion Internet :

Cette formation est réalisée entièrement à distance. Il est recommandé que chaque stagiaire dispose :

- De **son propre ordinateur**
- D'une **connexion Internet suffisante** : débit ascendant d'au moins 5Mbps et ping n'excédant pas 15ms. Ceci peut être vérifié facilement en utilisant le lien suivant : <https://www.speedtest.net/>

Comptes réseaux sociaux :

Pour les modules consacrés aux réseaux sociaux :

- Disposer d'un compte sur le ou les réseaux sociaux est nécessaire
- L'entreprise doit avoir une page entreprise et l'une des personnes stagiaires doit être administratrice de cette page, ou y avoir accès et être autorisée à y mener des actions
- Pour la création de publicités sur Instagram, il faut avoir un compte entreprise sur Instagram et une page entreprise Facebook

Pour des actions de publicité sur YouTube, il est nécessaire d'avoir une chaîne YouTube et un compte Google Ads (qui pourra être créé en formation).

PROCEDURES D'EVALUATION A L'ENTREE ET A LA SORTIE

Evaluation à l'entrée :

L'évaluation à l'entrée permet de connaître le niveau des stagiaires **en début de formation**, afin de les orienter vers le programme le plus adapté et le cas échéant, de constituer des groupes de niveaux homogènes.

Le détail de l'évaluation à l'entrée sera fourni **début 2022**.

L'évaluation à l'entrée ne conditionne pas la possibilité de suivre la formation.

Evaluation à la sortie :

L'évaluation à la sortie permet de mesurer le niveau des stagiaires **en fin de formation**, et l'atteinte des objectifs.

Le détail de l'évaluation à la sortie sera fourni **début 2022**.

Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client et sont inscrits pour chaque stagiaire sur son certificat de réalisation.

Evaluation à froid :

Selon les souhaits du client, une évaluation à froid peut être organisée **deux à trois mois** après la fin de la formation.

Cette évaluation se fait par un **questionnaire** à remplir par chaque stagiaire. Les résultats font l'objet d'une restitution auprès du client.

DUREE

- 4 séances de 1h30 à répartir sur 2 mois, soit **un total de 6h** (cette durée correspond au programme de base : module introductif + un module pratique)
- Compter environ 15h de travail pour l'équipe stagiaire en dehors des sessions

CALENDRIER DE MISE EN PLACE

Cette formation sera **ouverte toute l'année, à compter de début 2022**.

Le délai de mise en place est **en général d'un mois**, mais peut dépendre du planning des formateurs.

Les dates des sessions sont définies par le formateur avec l'entreprise et/ou avec chaque stagiaire ou groupe de stagiaires, en fonction de leurs disponibilités.

PRIX

Prix pour la version de base en 6h :

Nombre de participants	Prix par groupe
1 personne	1.600€ HT
2-3 personnes	2.100€ HT
4-5 personnes	2.400€ HT

Si le programme est modifié, les prix seront adaptés en conséquence.

Pour plus d'informations sur la tarification et les modalités de paiement, veuillez consulter nos **Conditions Générales de Vente (CGV)** : <https://site.vascoo-up.com/conditions-generales-de-vente>

Cette formation est accessible aux personnes en situation de handicap (PSH). Retrouvez toutes les informations nécessaires sur notre page dédiée : <https://site.vascoo-up.com/nos-formations-professionnelles/accueil-des-personnes-en-situation-de-handicap/>