HM FORMATION

Programme de formation

# Publicités Facebook & Instagram

**Domaine :** TIC

**Durée :** 21h

**Objectifs** :

- Connaître les outils commerciaux qu'offre Facebook et Instagram
- Connaître les contenus à sponsoriser sur Facebook et Instagram
- Savoir créer et animer un compte Instagram et Facebook de manière efficace
- Savoir mettre en place des jeux concours sur son compte
- Savoir mesurer les performances de ses campagnes publicitaires

**Pré-requis :**

- Une très bonne connexion internet est requise pour le format distanciel synchrone
- Utiliser déjà de manière régulière les réseaux sociaux

**Public :** service marketing, vente, chef d'entreprise, community manager etc..

**Modalités techniques, pédagogique et d'encadrement :**

En format présentiel : mise en place d'un bureau / salle équipé par l'apprenant / client avec connexion internet. La formation peut également se dérouler dans nos locaux (dans ce cas mis à disposition si nécessaire d'un ordinateur équipé par HM Formation ainsi que les équipements comme un video-projecteur et paperboard)

Dans le cas d'une formation sur site client / apprenant un entretien sera effectué par nos services afin de vérifier l'adéquation des moyens techniques avec la formation.

En format distanciel : synchrone avec le formateur via Zoom ou outil équivalent (télé-présentiel).

Alternance entre apports théoriques et applications pratiques sur ordinateur.
Questionnaire d'évaluation en amont et en fin de formation
Méthode interactive et démonstrative
Cas pratiques et études de cas, Quizz
Support Stagiaire

**Modalités d'évaluation des connaissances ou d'appréciation des résultats de l'action de formation** Cas pratiques tout au long de la formation complété par une auto-évaluation des acquis en fin de formation.

**Modalité d'évaluation de l'appréciation des participants :** Fiche d'évaluation à chaud à l'issue de la formation. Et à froid plusieurs mois après la formation pour s'assurer de l'ancrage des acquis et du transfert de compétences en situation professionnelle.

**Modalité de suivi de l'action de formation :** Feuille d'émargement co-signée par demi-journée ou séance de formation.

**Détail du programme** :

## CONNAÎTRE LES DIFFÉRENCES ENTRE LES OBJECTIFS PUBLICITAIRES PROPOSÉS

Notoriété de la marque
Portée
Trafic
Interactions
Installations d'apps
Vues de vidéos
Génération de prospects
Conversions
Ventes sur un catalogue produits
Visites en point de vente

## BIEN DÉFINIR SES CRITÈRES DE CIBLAGE

Audiences personnalisées et audiences similaires
Les données démographiques à disposition
Ciblage par centres d'intérêts
Connexions vis-à-vis de la page

## DÉFINIR SON BUDGET ET RÉDUIRE LES COÛTS PUBLICITAIRES

Choisir entre CPC et CPM
Définir l'enchère maximale de ses campagnes
Choisir entre dépenser quotidiennement ou sur la durée d'une campagne
Définir les heures de diffusion de ses campagnes

## BIEN CHOISIR LES CONTENUS À SPONSORISER

Les différents types de contenus sponsorisables
Respecter les contraintes imposées par Facebook et Instagram
Sponsoriser un ou plusieurs contenu(s) dans une campagne
Outils complémentaires pour la création des visuels

## MESURER LES PERFORMANCES DE SES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Distinguer une bonne d'une mauvaise campagne publicitaire
Apprendre des résultats pour modifier ciblage / budget / contenus
Mesurer le retour sur investissement de ses actions publicitaires avec les conversions
Dépanner des campagnes publicitaires qui ne marchent pas bien

## OUTILS COMPLÉMENTAIRES DU BUSINESS MANAGER

Statistiques d'audiences
Pixels
Conversions personnalisées
Sites d'entreprise
Règles automatiques

Catalogues

## CRÉER ET ANIMER SON COMPTE INSTAGRAM DE MANIÈRE EFFICACE

Création du profil et conversion en compte professionnel
Optimiser son compte Instagram (photo de profil, biographie, informations de contact…)
Créer et publier du contenu pertinent en fonction de son secteur d'activité
Gérer les commentaires négatifs
Les différentes techniques pour recruter ses abonnés

## METTRE EN PLACE DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES SUR INSTAGRAM

Présentation des différents objectifs publicitaires à disposition
Bien définir ses critères de ciblage & la dépense de son budget
Produire des visuels attractifs et respectant les contraintes imposées par Instagram
Analyser et comprendre les performances de ses campagnes publicitaires

## METTRE EN PLACE DES JEUX-CONCOURS SUR SON COMPTE

Les meilleurs outils pour mettre en place votre jeu
Les mécaniques les plus fréquentes et efficaces
Créer pas à pas son jeu-concours
Mesurer ses performances

## TRAVAILLER AVEC LES INFLUENCEURS

Identifier et sélectionner les bons influenceurs
Savoir comment contacter les influenceurs
Savoir comment & combien payer les influenceurs
Exemples de campagnes courantes avec les influenceurs
Mesurer les performances de ses opérations influenceurs

## MESURER LES PERFORMANCES DE SES ACTIONS SUR INSTAGRAM

Présentation des statistiques Instagram
Mise en avant des KPIs
Tirer les enseignements des données démographiques

Sanction de la formation : Attestation de formation (L.6353-1 du Code du travail)