

FACEBOOK ADS ET INSTAGRAM ADS : LA REGIE PUB DE META POUR LE E-COMMERCE.



PARTICIPANT(S) :

Salariés et dirigeants d'entreprises commercialisant produits et/ou services en e-commerce

ORGANISATION :

Durée : 21 heures

Lieux : Campus du lac ou Campus de Libourne

PREREQUIS :

- Disposer d'un site de vente en ligne avec paiement en ligne,
- Avoir des connaissances de base en communication et marketing,
- Connaissances informatiques : savoir utiliser un navigateur internet

INTERVENANT(S) :

Formateur expert sur les Réseaux sociaux et le Web.

VALIDATION DE LA FORMATION :

L'intervenant mesurera, tout au long de la formation, l'acquisition des connaissances des participants à travers la mise en place de situation in situ.

Délivrance d'une attestation de formation conforme à la législation en vigueur.

Un support de cours sera remis à chaque participant.

CAMPUS DU LAC

N° SIRET 410 581 102 00010

Code APE-NAF 8542Z

N° Existence 7233 042 4333

Site de Bordeaux

10 rue René Cassin – CS 31996 –

33071 Bordeaux Cedex

Tél. 05 56 79 52 00

campus@formation-lac.com

Site de Libourne

7 Bis rue Max Linder 33504

Libourne Cedex tél : 05 57 25 40 66

campus@formation-lac.com

OBJECTIFS

Nature de l'action : Acquisition de compétences

- Connaître les principes et le fonctionnement de Facebook Ads
- Savoir créer des campagnes d'acquisition et des campagnes de retargeting
- Savoir interpréter le résultat d'une campagne pour faire de l'optimisation

Avec cette formation, vous apprendrez à créer des campagnes Facebook Ads rentables et durables dans le temps pour votre site e-commerce.

MÉTHODES ET OUTILS PEDAGOGIQUES

Apports théoriques en groupe complétés par des exercices personnalisés.

Méthodologie communicative, dynamique et interactive avec les participants.

CONTENU DU PROGRAMME

MODULE 1 : INTRODUCTION AU WEBMARKETING

Les bases du marketing digital

L'inbound marketing

Le product-market fit en e-commerce

Définir ses différents buyer personas

MODULE 2 : LE BUSINESS MANAGER, LE PIXEL FACEBOOK / L'API DE CONVERSION

Pourquoi et comment créer un compte via le Business Manager ?

Comment ajouter des employés et partenaires dans le Business Manager et gérer les droits ?

Le pixel Facebook, son rôle général et ses objectifs spécifiques

Comprendre les problématiques de tracking induites par iOS 14 et mettre en place l'API de Conversion (CAPI)

MODULE 3 : CRÉATION DE CAMPAGNES FACEBOOK ADS ET INSTAGRAM ADS

Le fonctionnement de base du compte publicitaire Facebook Ads & Instagram Ads

Structurer son compte en Campagnes > Adsets > Publicités

Définir et choisir son objectif publicitaire (conversion, trafic, visibilité, etc...)

Les audiences sociodémographiques et par centres d'intérêt

Les audiences personnalisées (Retargeting) et les audiences similaires (Lookalike)

La répartition du budget d'une campagne : CBO, ABO ou demi-CBO ?

La taille idéale d'une audience dans un adset

Le chevauchement d'audience

MODULE 4 : LA CRÉATION PUBLICITAIRE

Construction d'une publicité Facebook et déclinaison de formats : carré, horizontal, vertical / image fixe, vidéo...

Les emplacements et formats Facebook & Instagram : Feed, Story, colonne de droite etc...

Les bases de l'écriture publicitaire de persuasion à l'écrit : le copywriting

La bibliothèque publicitaire

Bases de motion design (Promo.com ou service similaire)

Les Ad Policies Facebook : règles publicitaires Facebook

MODULE 5 : ANALYSER ET OPTIMISER SES CAMPAGNES

Les principaux KPIs et indicateurs sur la régie Facebook Ads

Reporting : quotidien / hebdomadaire / mensuel

Organiser son compte publicitaire pour une lecture efficace des résultats

Analyser les résultats et mettre en place les actions correctives sur ses campagnes

La LTV : life time value