

## LES FONDAMENTAUX DE META ADS - S'INITIER AUX CAMPAGNES PUBLICITAIRES

Référence du programme

Page 1/2



## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

- . Contextualiser et appréhender le vocabulaire d'une campagne publicitaire
- . Identifier ses objectifs
- . Définir sa cible pour cibler son audience
- . Connaître les tendances actuelles et les bonnes pratiques
- . Utiliser Chatgpt pour créer ses textes publicitaires
- . Utiliser Canva pour créer ses visuels publicitaires
- . Paramétrer et publier sa campagne publicitaire
- . Analyser ses résultats

## PUBLIC CONCERNÉ

La formation s'adresse à tout gérant d'entreprise ou salarié d'entreprise, afin de découvrir l'utilisation de l'outil de gestion des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux - Méta Ads - pour booster leur présence en ligne.

## PRE-REQUIS

Le stagiaire devra au préalable avoir fait la formation les fondamentaux des réseaux sociaux, la formation CANVA et identité visuelle. Il devra se prémunir de sa carte bancaire et prévoir un budget de 2 euros par jour pendant 30 jours. Un questionnaire de positionnement aura lieu avant le début de la formation dans le but d'adapter le rythme, le contenu et les exercices pratiques associés.

Le matériel requis : un ordinateur et son chargeur, ses codes réseaux sociaux.

## DUREE ET ORGANISATION

La formation s'organise en 4 sessions pour une durée totale de 16h. L'effectif de stagiaires est basé sur un format de 1 à 8 personnes maximum. La formation se déroule en présentiel. Suivant le cas de figure, elle peut avoir lieu dans l'entreprise ou dans une salle formation prévue à cet effet.

## MODALITES PEDAGOGIQUES

La méthode pédagogique utilisée dans cette formation se déroule avec une alternance d'écoute active, de pratique à l'oral et d'exercices pratiques. Les outils utilisés pendant la formation sont les suivants : paperboard, vidéoprojecteur, diaporama et supports papiers (exercices...)

## SUIVI ET EVALUATION

A la fin de la formation, il sera remis au stagiaire une attestation de stage et des supports de cours (papier ou numérique). Un questionnaire fera l'objet d'une évaluation à chaud sur le déroulement de la formation (locaux, formateur, supports utilisés...). Le suivi post-formation est effectué via un formulaire disponible en ligne.

L'évaluation du stagiaire se fait par l'intermédiaire de Quiz et d'exercices pratiques ou de contrôle continu.

## ENCADREMENT

La formation sera assurée sous le contrôle de Raphaëlle Eyssautier, certifiée formatrice et dotée d'une expérience probante dans la gestion des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires.



## DATES ET LIEU DE FORMATION :

Communiqués sur la convention de formation



**Durée : 16H**



**Groupe : 1 à 8 max**



## CONTACT

**Raphaëlle Eyssautier**

06 84 07 30 45

[contact@raphaëlle-eyssautier.com](mailto:contact@raphaëlle-eyssautier.com)

**CONTENU DE LA FORMATION****A Contextualiser et appréhender le vocabulaire d'une campagne publicitaire**

Suivre l'évolution des campagnes publicitaires et ses statistiques  
Définir des termes clés tels que CPC (coût par clic), CPM (coût pour mille impressions)  
Se familiariser avec l'écosystème publicitaire de Meta Ads  
Appréhender les formats publicitaires sur Meta Ads

**B Identifier ses objectifs**

Identifier les différents objectifs de campagne disponibles sur Meta Ads (trafic, conversions, notoriété de la marque)  
Définir ses objectifs pour ses campagnes publicitaires

**C Définir sa cible pour cibler son audience**

Lister les caractéristiques démographiques, les intérêts et comportements de sa cible  
Créer le profil de sa cible

**D Connaître les tendances actuelles et les bonnes pratiques**

Identifier les tendances actuelles et émergentes sur les réseaux sociaux  
Définir les bonnes pratiques pour maximiser l'impact de ses campagnes publicitaires

**E Utiliser Chatgpt pour créer ses textes publicitaires**

Identifier les avantages de ChatGPT pour la création de contenu publicitaire  
Créer et générer des titres et des légendes percutants pour ses campagnes publicitaires

**F Utiliser Canva pour créer ses visuels publicitaires**

Créer des visuels percutants pour ses campagnes publicitaires

**G Paramétrer et publier sa campagne publicitaire**

Reproduire le processus de publication d'une campagne publicitaire

**H Analyser ses résultats**

Identifier les indicateurs clés de performance (KPI) pertinents pour évaluer le succès d'une campagne.