Programme de Formation

Créer des campagnes sponsorisées sur les réseaux sociaux

Organisation

Durée : 10 heures et 30 minutes

Mode d'organisation : À distance

Contenu pédagogique

Public visé

Service communication.

Objectifs pédagogiques

- Appréhender les enjeux des campagnes sponsorisées
- Savoir identifier les bonnes pratiques visuelles et rédactionnelles
- Être capable de créer une campagne de publicité efficace
- Pouvoir définir des indicateurs de performance de ses campagnes

Description

Les réseaux sociaux offrent des possibilités de ciblage publicitaire incomparables. De plus, elles disposent de possibilités budgétaires plus intéressantes que le référencement payant par exemple. Cela fait des campagnes sponsorisées un outil digital accessible à tout type de structures à condition d'en maîtriser le fonctionnement et les enjeux.

Connaître les différents réseaux sociaux - Comprendre les possibilités publicitaires existantes

- Tour d'horizon des réseaux sociaux
- Présentation des différents réseaux sociaux et leurs possibilités en matière de campagnes sponsorisées

Comprendre les mécaniques de base de la publicité sur les réseaux sociaux

- Le fonctionnement de base de la publicité sur les réseaux sociaux
- Les différents types de campagnes existants - Tour d'horizon des typologies de campagnes publicitaires

Maîtriser le modèle économique des campagnes sponsorisées en ligne

- Les modes de facturation existants - Le modèle économique de la publicité en ligne
- Configurer et paramétrer correctement son compte publicitaire pour optimiser ses campagnes

Savoir rédiger des contenus textes adaptés à la publicité en ligne

- Les techniques rédactionnelles de base pour ses publicités
- Des contenus inspirants et adaptés à la publicité en ligne

Connaître les pré-requis et les techniques de base pour créer des contenus visuels impactants

- Créer des visuels ou vidéos performantes pour la publicité en ligne
- Les pré-requis techniques nécessaires et les techniques de base pour créer des visuels impactants

Comprendre quels sont les indicateurs principaux pour mesurer le succès de ses campagnes

- Les facteurs clés de succès d'une campagne de publicité sur les réseaux
- Les indicateurs principaux pour mesurer le succès de ses campagnes
- La Meta Business Suite et le Meta Ads Manager pour piloter ses campagnes Meta
- Piloter ses campagnes et mesurer leur performance
- Mettre en place des outils de suivi adaptés à sa structure

Prérequis

- Maîtrise basique de la bureautique et d'internet.
- Disposer d'un ou plusieurs comptes sociaux (Meta, Instagram, TikTok, etc.).
- Intérêt pour la sponsorisation de contenus.
- (Facultatif) : disposer d'une campagne réelle à paramétrer.
- Avoir un ordinateur.
- Accès à une boîte mail et aux comptes sociaux concernés.

Modalités pédagogiques

Cas pratiques orientés tourisme, alternance pédagogique favorisant l'apprentissage par l'expérience, l'analyse, la conceptualisation et l'expérimentation, exercices pratiques reflétant la réalité du terrain.

Moyens et supports pédagogiques

Support de cours remis aux participants.

Modalités d'évaluation et de suivi

Quiz et sondages en direct.