

# La publicité sur les médias sociaux

**890,00 €HT**

**1068,00 €TTC**

*Obtenez -15% sur le total de votre commande  
à partir du 2ème participant*

**Durée:** 1 jour ( 7 heures )

**Prochaine session :** 01 dec 2020

**Modalité :** Présentiel

**Niveau :** Tout niveau

## Présentation

Cette formation vous permet de comprendre le potentiel de la publicité sur les médias sociaux.

Quel format et quel média pour quelle cible et quel objectif ? Comment mettre en place et gérer une campagne ? Quels sont les leviers d'optimisation en temps réel ? Quelles synergies avec le Community management ? Quelle approche omnicanale ? Quels indicateurs pour mesurer les résultats selon les objectifs ?

## Objectifs

- Obtenir des solutions pertinentes grâce aux médias sociaux quel que soit votre objectif publicitaire ou votre cible
- Mettre en place une démarche qui doit s'effectuer en synergie avec votre stratégie éditoriale et votre community management dans les médias sociaux
- Optimiser au mieux votre stratégie omnicanal : interaction mobile et store, e-commerce, leads...
- S'approprier les nouvelles offres publicitaires des médias sociaux afin de définir le dispositif qui optimise vos résultats : apports méthodologiques, découverte des interfaces de gestion de campagne de chaque média social, mise en place et suivi des campagnes, mesure des résultats...

## Pré-requis & Profil des participants

Aucun pré-requis n'est demandé pour suivre cette formation.

Elle s'adresse aux responsables marketing, communication, digitaux, mais aussi aux agences qui

souhaitent intégrer la publicité sur les médias sociaux dans leurs dispositifs.

## Programme

### 1. Les enjeux de la publicité sur les médias sociaux

- Etats des lieux et chiffres clés des médias sociaux
- Comprendre les caractéristiques de la culture de chaque média social
- L'approche POEM
- Chiffres clés de la publicité sur les médias sociaux

### 2. Comment choisir un média social pour sa campagne

- Panorama des spécificités des médias sociaux
- Intégrer les médias sociaux à sa stratégie de communication
- Définir l'audience cible de son entreprise
- Définir ses objectifs de campagne de publicité sur les médias sociaux
- Définir les indicateurs de performance selon les objectifs
- Revue des outils de gestion de campagnes cross médias sociaux

### 3. Facebook

- Les modèles publicitaires sur Facebook
- Définir ses objectifs de campagne
- Les critères de ciblage
- Les formats et contenus adaptés à Facebook
- Les modèles tarifaires
- L'interface de publicité
- Mesurer la performance de sa campagne
- Mesurer son ROI

### 4. Twitter

- Les modèles publicitaires sur Twitter
- Définir ses objectifs de campagne
- Les critères de ciblage
- Les formats et contenus adaptés à Twitter
- Les modèles tarifaires
- L'interface de publicité
- Mesurer la performance de sa campagne
- Mesurer son ROI

### 5. Instagram

- Les modèles publicitaires sur Instagram
- Définir ses objectifs de campagne
- Les critères de ciblage
- Les formats et contenus adaptés à Instagram

- Les modèles tarifaires
- L'interface de publicité
- Mesurer la performance de sa campagne
- Mesurer son ROI

## 6. Snapchat

- Les modèles publicitaires sur Snapchat
- Définir ses objectifs de campagne
- Les critères de ciblage
- Les formats et contenus adaptés à Snapchat
- Les modèles tarifaires
- L'interface de publicité
- Mesurer la performance de sa campagne
- Mesurer son ROI

## 7. LinkedIn

- Les modèles publicitaires sur LinkedIn
- Définir ses objectifs de campagne
- Les critères de ciblage
- Les formats et contenus adaptés à LinkedIn
- Les modèles tarifaires
- L'interface de publicité
- Mesurer la performance de sa campagne
- Mesurer son ROI