

La publicité sur les médias sociaux

Modalité : Sur-mesure

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.

Télécharger en pdf

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