

# Dépasser vos objectifs commerciaux avec Facebook Ads

Niveau 2 - Néophyte

## Objectifs

- Identifier et configurer les différentes rubriques du gestionnaires de publicités Facebook
- Déployer une campagne Facebook Ads optimale
- Optimiser les performances des campagnes

## Bénéfices

- Enrichir sa boîte à outils de bonnes pratiques
- S'adapter aux évolutions de son métier
- Gagner en performance

## INFORMATIONS PRATIQUES

### Durée :

2 jours - 14 heures

### Formats :

Présentiel ou distanciel

### Effectif minimum :

2 personnes

### Types :

Inter ou intra entreprises

### Pré-requis :

- Avoir un ordinateur à disposition équipé
- Avoir une page Facebook de son entreprise
- Avoir un téléphone portable à sa disposition
- Avoir les identifiants et mots de passe pour la plateforme Facebook
- Avoir différents types de contenus propres à l'entreprise.

### Public concerné :

- Toute personne souhaitant promouvoir son entreprise au travers des campagnes publicitaires sur Facebook pour atteindre ses objectifs commerciaux

### Modalités d'évaluations :

- En début de formation : évaluation des acquis/quizz
- En cours de formation : exercices en situation
- En fin de formation : évaluation des acquis/quizz

Tous nos formateurs sont recrutés via un processus qualité précis.



## UN ANCRAGE DES COMPÉTENCES

Sur le long terme.

### AVANT

Un questionnaire "état des lieux" pour bien comprendre les besoins et ajuster les contenus.

### PENDANT

Des mises en situation et la réalisation d'un plan d'actions.

### APRÈS

Un quizz sur les connaissances et les compétences acquises.

### TOUJOURS

Un petit livret sur les bonnes pratiques remis à chaque participant.

## Programme

### Définir ses objectifs et sa stratégie commerciale

Principe de la publicité sur Facebook : Rôles et Formats

Établir son identité de marque à travers le portrait-robot de son établissement

Qualification des audiences cibles et de la stratégie commerciale souhaitée

### Prendre en main la plateforme de publicité Facebook Ads

Créer et configurer le compte publicitaire de l'entreprise

Sensibilisation au Pixel Facebook : convertir avec son site web

Découvrir les différentes rubriques de l'interface

Identifier les objectifs de campagnes de la plateforme

### Effectuer le ciblage de ses audiences

Présentation des opportunités de ciblage et des audiences

Définir les audiences adaptées à ses objectifs commerciaux

Créer des audiences similaires

### Mettre en forme graphiquement sa campagne publicitaire

Découvrir la plateforme adaptée à la mise en forme de ses contenus publicitaires

Associer les plateformes de diffusions publicitaires et leurs placements

Adapter ses visuels aux contraintes légales

Créer des visuels impactants, accrocheurs et engageants grâce à ChatGPT

### Analyser et optimiser les performances de sa campagne

Choisir les bons indicateurs de performance en fonction de ses objectifs de campagnes

Identifier une publicité gagnante : ajuster sa stratégie en fonction de la rentabilité des campagnes

Anticiper la désactivation de ses publicités

Générer des rapports de campagnes publicitaires personnalisés

Réaliser des test A/B pour une optimisation efficace

## Méthodologie

Apports théoriques et pratiques

Mises en situation