

Mis à jour le 05/07/2024

S'inscrire

Formation Social Ads 2024 : Optimisez les Performances de vos Campagnes SMA

2 jours (14 heures)

Présentation

Notre formation SMA (Social Media Advertising) s'adresse aux spécialistes des réseaux sociaux souhaitant optimiser les performances de leurs campagnes publicitaires.

Que ce soit à cause de la réglementation européenne sur la protection des données (RGPD), d'une concurrence plus féroce ou de consommateurs plus exigeants. De nombreux facteurs externes nuisent à la réussite de vos campagnes social media.

Actuellement, les marketeurs doivent absolument comprendre et savoir utiliser les algorithmes des différentes plateformes pour optimiser leurs performances digitales. L'algorithmie est la clé pour réussir vos objectifs.

Notre formation en publicité sur les réseaux sociaux vous enseignera le fonctionnement des algorithmes utilisés par les plateformes publicitaires les plus populaires. Vous pourrez également découvrir des idées de canaux d'acquisition peu exploités.

Grâce à une meilleure analyse et un meilleur suivi de vos données, vous saurez utiliser les algorithmes publicitaires à votre avantage. Vous apprendrez par ailleurs à améliorer votre taux de conversion grâce au [copywriting](#) et à l'[UX](#).

Objectifs

- Comprendre le fonctionnement des algorithmes publicitaires sur les réseaux sociaux
- Découvrir le copywriting et l'appliquer sur ses publicités
- Connaître les bonnes pratiques de CRO pour ses annonces et sa landing page
- Connaître les bonnes pratiques de tracking pour ses campagnes

Public visé

- Chef d'entreprise
- Responsable acquisition
- Responsable marketing et communication
- Traffic manager
- Chef de projets Webmarketing
- Directeur marketing et communication digitale
- Responsable e-commerce
- Chargé de communication web
- Responsable SMA

Pré-requis

Expérience en gestion de campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux.

Programme de notre Formation Social Ads Performance

L'algorithmie au cœur de vos performances digitales

- Pourquoi comprendre et profiter de la puissance des algorithmes ?
- Optimiser la qualité et la quantité de vos données
- L'algorithme de Youtube
 - Comment fonctionne l'algorithme de Youtube ?
 - Comment la stratégie d'enchère et les objectifs affectent l'algorithme de Youtube ?
 - Quel objectif réellement choisir ?
- L'algorithmie chez Meta
 - Comment fonctionne l'algorithme de Meta ?
 - Comment la stratégie d'enchère et les objectifs impactent l'algorithme de Meta ?
 - Quel objectif réellement choisir ?
 - Quel réseau choisir (parmi Messenger, Facebook, Instagram et Whatsapp) ?
- L'algorithme de Snapchat
 - Comment fonctionne l'algorithme de Snapchat ?
 - Comment la stratégie d'enchère et les objectifs affectent l'algorithme de Snapchat ?
 - Quel objectif réellement choisir ?
- L'algorithme de Twitter
 - Comment fonctionne l'algorithme de Twitter ?
 - Comment la stratégie d'enchère et les objectifs impactent l'algorithme de Twitter ?
 - Quel objectif réellement choisir ?
- L'algorithme de TikTok
 - Comment fonctionne l'algorithme de TikTok ?
 - Comment la stratégie d'enchère et les objectifs affectent l'algorithme de TikTok ?
 - Quel objectif réellement choisir ?

Comment nourrir les algorithmes ?

- Bien installer les différents pixels
- Les bénéfices d'un TMS comme Tag Manager
- Paramétrer les bonnes conversions pour les bons objectifs
- Présentation du tracking côté serveur

Les limites imposées par le RGPD et l'ATT

- La législation concernant les cookies et les traceurs
- Le Privacy Shield et ses conséquences
- La mise à jour iOS 14
- L'impact de l'ATT sur le tracking et notamment sur Meta Ads
- Les solutions

Renforcer son taux de conversion

- Améliorer son offre
- L'impact du taux de conversion sur l'algorithme
- Introduction au copywriting
- Les bonnes pratiques d'UX
- Améliorer sa landing page
- Améliorer ses formulaires
- Créer des créas optimisées

Module complémentaire (+1 jour) : Analyse et Opportunités

Les canaux d'acquisition intéressants moins exploités

- La publicité sur TikTok
 - Les chiffres et les tendances sur TikTok
 - Pour quelles audiences ?
 - Pour quels objectifs ?
- La publicité sur Pinterest
 - Les chiffres et les tendances sur Pinterest
 - Pour quelles audiences ?
 - Pour quels objectifs ?
- La publicité sur Reddit
 - Les chiffres et les tendances sur Reddit
 - Pour quelles audiences ?
 - Pour quels objectifs ?
- La publicité sur Quora
 - Les chiffres et les tendances sur Quora
 - Pour quelles audiences ?
 - Pour quels objectifs ?

Les bonnes pratiques d'analyse sur Google Analytics 4

- Les bonnes pratiques d'analyse de données
- Bien utiliser les UTMs
- Maîtriser les différents indicateurs (sessions, pages vues, utilisateurs...)
- Analyser des tests A/B méthodiquement

Sociétés concernées

Cette formation s'adresse à la fois aux particuliers ainsi qu'aux entreprises, petites ou grandes, souhaitant former ses équipes à une nouvelle technologie informatique avancée ou bien à acquérir des connaissances métiers spécifiques ou des méthodes modernes.

Positionnement à l'entrée en formation

Le positionnement à l'entrée en formation respecte les critères qualité Qualiopi. Dès son inscription définitive, l'apprenant reçoit un questionnaire d'auto-évaluation nous permettant d'apprécier son niveau estimé sur différents types de technologies, ses attentes et objectifs personnels quant à la formation à venir, dans les limites imposées par le format sélectionné. Ce questionnaire nous permet également d'anticiper certaines difficultés de connexion ou de sécurité interne en entreprise (intraentreprise ou classe virtuelle) qui pourraient être problématiques pour le suivi et le bon déroulement de la session de formation.

Méthodes pédagogiques

Stage Pratique : 60% Pratique, 40% Théorie. Support de la formation distribué au format numérique à tous les participants.

Organisation

Le cours alterne les apports théoriques du formateur soutenus par des exemples et des séances de réflexions, et de travail en groupe.

Validation

À la fin de la session, un questionnaire à choix multiples permet de vérifier l'acquisition correcte des compétences.

Sanction

Une attestation sera remise à chaque stagiaire qui aura suivi la totalité de la formation.