



META ADS Initiation

Durée : 3 jours soit 21h

Objectifs :

S'initier aux campagnes de publicité META ADS.

L'apprenant sera capable de :

- Préparer son Business Manager
- Comprendre les KPI & analyser les résultats
- Créer des campagnes performantes
- Optimiser, scaler et ajuster

Prérequis :

Aucun

Réalisation :

Présentiel et/ou distanciel

Date(s) et lieu :

A définir

Public :

Salariés, demandeurs d'emploi, agents collectivité, enseignants

Accessibilité :

Pour les personnes atteintes d'un handicap, nous contacter

Débouchés :

Tous métiers

Contact :

Edwige CILIONE, formatrice bureautique expérimentée depuis 25 ans et entourée d'une équipe de formateurs professionnels

Modalités d'accès :

A la signature de la convention et/ou de la prise en charge

Délai d'accès :

De 2 jours à 4 semaines

Type action:

Actions d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances

Méthode pédagogique :

Méthode active, démonstrative et participative
Exercices autonomes réguliers pour s'assurer de l'assimilation

Méthode d'évaluation :

1. des acquis :

Évaluation de l'atteinte des objectifs par grille critériée

2. à chaud :

Questionnaire évaluation de formation pour mesurer le niveau de satisfaction

Tarif : à partir de 1.995 € net de taxes

Exonéré de TVA





META ADS Initiation

CONTENU DU MODULE

JOUR 1

- Structure d'une campagne Meta
- Niveau Campagne
- Niveau Ensemble de Publicités
- Niveau Publicité

JOUR 2

- Pixel Meta & Tracking
- Impact sur l'algorithme
- Ciblage & Audiences

JOUR 3

- Analyse des KPI & Optimisation
- Principaux KPI
- Lecture des KPI
- Tunnel de conversion & formats efficaces
- Scaling & Budget

EN D'AUTRES MOTS :

1. Bases de l'écosystème Meta Ads
 - Comment fonctionne une campagne, les différents objectifs et comment Meta "pense" l'optimisation.
2. Préparer ton Business Manager
 - Pixel, événements, accès, configuration propre et sécurisée + index pour s'y retrouver facilement.
3. Comprendre les KPI & analyser les résultats
 - Savoir lire les bons indicateurs (CPC, CPL, CTR, fréquence...) et quand agir.
4. Créer des campagnes performantes
 - Les meilleures combinaisons format/ciblage/objectif + plan de test.
5. Optimiser, scaler et ajuster
 - Quoi faire une fois lancé, quand modifier, arrêter, doubler le budget, etc.
6. Tunnels et audiences avancées
 - Retargeting, Lookalike, exclusions... pour maximiser les conversions.

L'apprenant pourra, par la suite, suivre une formation correspondant au niveau suivant.

Le nombre de participants est de **5 maximum** par stage.

Un support et les documents de cours sont remis à chaque participant.

Chaque stagiaire dispose d'un micro-ordinateur.

L'apprentissage est basé sur des exercices pratiques entre chaque module de cours.