

MS4 – Intermédiaire/Avancé : COMMENT RÉALISER DES CAMPAGNES CIBLÉES SUR FACEBOOK & INSTAGRAM

Les algorithmes de Facebook et Instagram imposent de plus en plus de contraintes pour rendre vos publications organiques visibles à vos abonnés (seul 20% les voient). Réaliser des campagnes publicitaires devient un incontournable lorsqu'on veut se faire connaître, développer sa visibilité et générer des contacts. Les bases de données disponibles sur Facebook et Instagram vont vous permettre de cibler finement vos actions. A l'issue de cette formation vous vous poserez les bonnes questions avant d'agir et vous aurez une bonne connaissance opérationnelle pour réaliser une campagne.



Public et pré-requis :

Partenaire : **Anjou Tourisme**

- Public : Prestataires et professionnels du tourisme / priorité d'inscription aux professionnels de l'Anjou
- Pré-requis : Pratiquer régulièrement Facebook et ou Instagram professionnellement



Durée : 9h30 réparties en : 1 journée en présentiel (7 h)
1 classe virtuelle (2h30)



Date et lieu : Angers

Vendredi 3 décembre 2021 : 09h00-12h30 / 14h00-17h30 (présentiel)
Vendredi 10 décembre 2021 : 14h00-16h30 (distanciel)



Formateur : Gisèle TAELEMANS – CoManaging



Effectif maximum : 12 participants (7 minimum)



Accessibilité : nous contacter pour toute problématique d'adaptation à un handicap.



Tarif par participant : 125 € HT / 150 € TTC



Objectifs pédagogiques :

A l'issue de la formation, vous serez capable de :

1. Décrire le profil de ses abonnés Facebook et Instagram
2. Classifier les objectifs atteignables avec une campagne Facebook et Instagram
3. Utiliser la plateforme d'achat d'espace publicitaire de Facebook et Instagram
4. Planifier les campagnes publicitaires sur l'année

Programme détaillé

03/12/21 – MATIN (présentiel) : 09h00-12h30

Partie 1 – Connaissance : décrire le profil et le comportement des membres de vos communautés Facebook et Instagram

- Analyser des pages et résultats Facebook et Instagram :
 - Audit de la Page Facebook (publications et statistiques)
 - Audit du compte Instagram (publications et statistiques)

Exercice : réaliser le Personae de son audience (à partir d'une trame de travail)

Partie 2 – Compréhension : classifier les objectifs que vous pouvez atteindre avec Facebook et Instagram

- Préparer ses campagnes :
 - Définir ses objectifs et son plan d'action
 - Définir son offre
 - Sélectionner ses cibles
 - Définir les centres d'intérêt et le vocabulaire de ses cibles

*Exercice : comprendre les étapes de préparation d'une campagne publicitaire
(Séquence individuelle pratiquée en même temps que les points clés énoncés par le formateur)*

03/12/21 – APRÈS-MIDI (présentiel) : 14h00-17h30

Partie 3 – Application : utiliser la plateforme d’achat d’espace publicitaire de Facebook et Instagram

- Comprendre les différentes solutions d’achat d’espace sur Facebook et Instagram
- Créer une campagne publicitaire

Atelier : mise en pratique pour comprendre les étapes de mise en œuvre d’une campagne publicitaire

Partie 4 – Analyse : comparer le potentiel des campagnes publicitaires

- Identifier les forces et faiblesses des campagnes Facebook et Instagram

Exercice : réaliser un tableau préformaté (Swot)

10/12/21 – APRÈS-MIDI (classe virtuelle) : 14h00-16h30

Partie 5 – Synthèse : décrire les actions prioritaires et planifier le thème des campagnes publicitaires sur l’année

- Analyse des travaux réalisés
- Questions/réponses
- Définir les tâches considérées les plus importantes ou les plus urgentes
- Définir les offres, les thèmes et la saisonnalité des publications qui pourront être boostées par les actions publicitaires sur Facebook et Instagram
- Identifier les opportunités et les menaces de ses publications

Exercice : réaliser un tableau préformaté (Swot)

BILAN de la formation & ÉVALUATION des acquis :

- Jeu de questions/réponses
- Les points clefs à retenir
- Tour de table à chaud

Méthodes, moyens et outils pédagogiques

Méthodes

- Informative : apport de concepts, méthodes et outils illustrées (bonnes pratiques), partage d’expériences
- Active et participative : appropriation par des ateliers individuels et collectifs, analyse collective, pistes d’actions

Moyens

- Questionnaire préalable
- Plusieurs activités sont prévues qui permettent la compréhension et la mise en pratique directe d’une campagne d’achat d’espace publicitaire Facebook et Instagram

Outils

- Facebook et Instagram
- Classe virtuelle en visio via ZOOM
- Travaux personnels réalisés à partir de documents pédagogiques
- Tableau blanc et quiz

Mise à disposition de supports pédagogiques

- Fiches de travail et d’analyse à remplir en séance
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation avec des liens et ressources complémentaires

Matériel recommandé : session en présentiel

- Un ordinateur connectable au Wifi (présentiel)

Matériel recommandé : classe virtuelle

- Un ordinateur avec micro et caméra, un casque si vous partagez votre bureau
- Une bonne connexion Internet (testez votre connexion : <https://www.ariase.com/box/test-vitesse>)
- Un compte ZOOM utilisateur gratuit
- Google Drive (pour y déposer les exercices pratiques)

Évaluation des acquis : Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur à partir des exercices et travaux personnels réalisés
- Une auto-évaluation du stagiaire (avec une dizaine de critères remplis avec comparaison avant/après).

Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant en fin de session (questionnaire obligatoire)

Suivi à 6 mois

Un questionnaire sur l'impact de la formation auprès des participants et de leur entreprise sera réalisé via un questionnaire en ligne.

Contact : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr / CoManaging - 06 64 24 91 07 / <http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>

Les mesures de précautions sanitaires en vigueur au moment de la formation seront observées.