

## RS8 – niveau intermédiaire : Créez des campagnes de publicité percutantes sur Facebook & Instagram

Outil indispensable de la communication digitale, les réseaux sociaux permettent de toucher un public large notamment grâce aux campagnes publicitaires. Cette formation a pour but de vous aider à atteindre vos objectifs stratégiques (visibilité, conversion, fidélisation...) grâce à des messages publicitaires percutants sur Facebook et Instagram en répondant aux attentes de vos différentes cibles. De la mise en place d'un plan de campagne à l'analyse de vos résultats en passant par la création d'audiences, nous aborderons l'ensemble des éléments nécessaires à la réussite de vos campagnes publicitaires



### Public et pré-requis :

Partenaire : **UMIH 85 & Vendée Expansion**

- Public : Professionnels du tourisme et des loisirs ; en priorité hôteliers et restaurateurs de Vendée
- Pré-requis : Avoir des comptes sur Meta (ex Facebook) et/ou Instagram / Avoir un compte publicitaire Meta au nom de votre entreprise (l'ouverture du compte est gratuite via Business Manager) ; pour en créer un : <https://fr-fr.facebook.com/business/help/910137316041095?id=420299598837059> / Répondre au questionnaire de positionnement préalable obligatoire



**Durée** : 9h00 réparties : 7 heures en présentiel (JOUR 1) + 2 heures en distanciel (JOUR 2)



**Date et lieu** : La Roche sur Yon (Lycée CFPPA Nature, Allée des Druides, 85035 LA ROCHE SUR YON Cedex)

Lundi 22 janvier 2024 : 09h00-12h30 / 14h00-17h30 en présentiel  
Lundi 29 janvier 2024 : 09h00-11h00 en distanciel



**Formatrice** : Cécile VALERO – AVÉRE



**Effectif maximum** : 10 participants (6 minimum)



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



### Tarif par participant :

Early booking (jusqu'à 15 jours avant la formation) : 110 € HT (132 € TTC)  
Entre 5 et 14 jours avant la formation : 125 € HT (150 € TTC)



### Objectifs pédagogiques :

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

- 1- Définir un plan de campagne
- 2- Paramétrer une campagne publicitaire sur Facebook et Instagram (objectif, audience, budget...)
- 3- Analyser les résultats de ses actions publicitaires

### Programme détaillé

#### **JOUR 1 : LUNDI 22/01/24 – MATIN (présentiel) : 09h00-12h30**

##### **Partie 1 : Les éléments techniques d'une campagne publicitaire**

- Mise en place et tour de table de présentation
- Pourquoi faire des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux ? Les spécificités du tourisme
- Promotion de post VS dark post
- Les paramètres de campagne (objectifs, budget, planning, audiences, placements)
- Les formats publicitaires Facebook
- Les formats publicitaires Instagram
- Exemples de campagnes percutantes

**Exercice individuel** : Lancement de 2 campagnes publicitaires (brouillon) ; restitution en groupe ; captures d'écran sur un Drive

#### **JOUR 1 : LUNDI 22/01/24 – APRÈS-MIDI (présentiel) : 14h00-17h30**

##### **Partie 2 : Le bon message au bon moment, aux bonnes personnes**

- Session de questions / réponses sur les notions abordées pendant la matinée - 15min
- Qu'est-ce qu'un plan de campagne ?
- Facebook VS Instagram : connaître ses audiences et ses cibles de communication

**Exercice individuel :** Identification des enjeux stratégiques de son entreprise et mise en parallèle des objectifs à atteindre via des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux

**Atelier individuel :** Création d'un plan de campagne sur GoogleSheets via le modèle créé par la formatrice

### Partie 3 : Les indicateurs de performance

**Atelier :** Étude de cas collective en petits groupes de 3 campagnes préparées par la formatrice pour définir si elles ont été réussies ou non grâce aux indicateurs fournis - document d'analyse GoogleSheets créé par la formatrice

**Travail personnel :** Lancement d'au moins 1 campagne publicitaire à analyser d'ici la classe virtuelle 2 + réponse à un QCM

#### BILAN de la formation en présentiel

- Les points clés à retenir
- Tour de table à chaud
- Questions/réponses

#### JOUR 2 : LUNDI 29/01/24 – MATIN (classe virtuelle) : 09h00-11h00

- Présentation individuelle des campagnes lancées
- Analyse des résultats avec proposition d'axes d'amélioration de la part de la formatrice
- Echanges avec le groupe sur la hotline pour les campagnes publicitaires, les ressources utiles, dos and Dents, rappel des fondamentaux

#### BILAN de la formation en distanciel

- Évaluation des acquis

#### Méthodes, moyens et outils pédagogiques

Méthodes :

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

Moyens :

- Questionnaire préalable pour connaître votre niveau, vos pratiques & vos attentes
- Jeu de questions réponses : vérifier les acquis des participants
- Atelier individuel : mettre en pratiques les éléments étudiés et les appliquer à son activité

Outils :

- Présentation Powerpoint
- Google Drive pour le dépôt des travaux personnels
- Distanciel via l'outil Zoom

#### 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 :

- En présentiel : Ordinateur portable, smartphone, chargeurs, ses identifiants Facebook / Instagram (Vérifier l'accès via son profil Facebook au compte publicitaire de l'entreprise : rôle administrateur ou annonceur)
- En distanciel : Une bonne connexion Internet, un ordinateur avec micro et caméra, un poste au calme, éventuellement un casque pour plus de tranquillité, un smartphone, avoir téléchargé l'application Zoom

**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

#### 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](mailto:contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr) / CoManaging - 06 64 24 91 07

<http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>