

ANNEXE
Programme détaillé et Formateur

Lancer une campagne publicitaire digitale

Objectifs pédagogiques :

- Sélectionner les bons objectifs pour une campagne réussie et rentable
- Exploiter les atouts de chaque plateforme publicitaire
- Optimiser ses campagnes grâce aux formats dynamiques.

Public visé : tout public

Date et durée :

Mercredi 14 mai 2025 de 9h à 12h30 (3,5h avec pause de 15 mn à 11h), en distanciel synchrone via le logiciel Zoom (un lien de connexion vous sera envoyé 48h avant le début de la formation).

Accessibilité : les personnes atteintes de handicap souhaitant suivre cette formation sont invitées à nous contacter directement par mail à contact75@terragestion.com, afin d'étudier ensemble les possibilités de suivre la formation.

Prérequis : Aucun

Tarif adhérent et partenaire : 25 €

Tarif public : 50 €

Modalités d'inscription et d'annulation : sur le site de TERRA GESTION. Cliquer sur le nombre de places puis sur s'inscrire à la formation. Compléter le formulaire et régler par virement, carte bancaire ou chèque.

Méthode et moyens pédagogiques :

- Techniques
 - Accès à une plateforme de visioconférence Zoom après envoi d'un lien et d'un code de connexion
- Pédagogiques
 - Exposés théoriques
 - Conseils pratiques
 - Démonstrations

Les supports de cours sont remis électroniquement aux participants le jour de la formation

Modalités d'évaluation : mise en pratique, évaluation orale

Nombre de participants : cette formation est organisée pour un groupe de participants d'environ 15 personnes

Nature de la formation dispensée : à l'issue de la formation, une attestation de formation sera délivrée au stagiaire.

Qualité et évaluation de la formation : un questionnaire d'évaluation sera remis à chaque participant pour mesurer le niveau de satisfaction au regard des attentes.

Programme :

Introduction

- Pourquoi Les différents types de publicités digitales, accessibles pour tous les budgets

1^{ère} partie – La plateforme Google Ads

- Comprendre le fonctionnement et les spécificités de Google Ads : enchères, paiement au clic, etc.
- Créer sa campagne en sélectionnant les bons paramètres, les bons mots-clés et le bon ciblage
- Optimiser sa campagne en continu : statistiques et SAV

2^{ème} partie – La plateforme publicitaire Facebook/Instagram

- Sélectionner l'objectif idéal selon les enjeux stratégiques
- Lancer une campagne avec des formats dynamiques et interactifs pour plus d'impacts
- Peaufiner et varier la définition de ses cibles : réseau, aspects sociologiques, géolocalisation, centres d'intérêts

FORMATRICE : Emmanuelle PUTAUX – Formatrice en marketing digital

- Fondatrice société « Une nouvelle ère » spécialisée dans le marketing digital, le neuromarketing et la prospection réseaux sociaux)