Formation Office de tourisme

Réaliser des campagnes publicitaires percutantes sur les réseaux sociaux

La publicité sur les réseaux sociaux s'est considérablement démocratisée, et Meta, maison mère de Facebook et Instagram, propose désormais un environnement complet (et complexe) pour répondre à vos objectifs de visibilité, conversion, fidélisation....
Pour autant, cela implique une connaissance de nombreuses notions, allant du ciblage au retargeting, des audiences à l'écriture, la création de visuels, et la définition d'indicateurs de performance.
Au cours de cette formation, nous passerons en revue l'outil Meta et découvrirons les secrets d'une bonne publicité.

Objectifs

- Comprendre et maîtriser les fonctionnalités de la plate-forme Meta
- Créer une campagne de publicité efficace assortie d'indicateurs pertinents
- Identifier les bonnes pratiques visuelles et rédactionnelles et savoir les appliquer

Format

Consult
presse r
partage

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

15 minutes chrono aux Rencontres de l'e-tourisme. A partir de ce moment-là, plusieurs organismes dans le tourisme le contactent, dont Tourisme et Territoires, avec qui il initie les premières formations autour des réseaux sociaux. Aujourd'hui, le catalogue des formations a évolué, et se tourne aussi vers des modules à distance – Dominique est également diplômé en e-learning, de l'université de technologie de Sydney (Australie).

Contenu et programme

JOUR 1

Partie 1 - De Tiktok à Linkedin, la pub est omniprésente

- Panorama des possibilités offertes par les plates-formes sociales
- Les tendances publicitaires sur les réseaux sociaux
- Faire de la veille sur les formats publicitaires
- Atelier : Analyse de plusieurs publicités dans le tourisme et identification de bonnes pratiques

Partie 2 - La pub sur Meta

- Des Audiences au retargeting : Zoom sur les fonctionnalités clés
- La structure d'une campagne
- Le suivi d'une campagne
- Atelier : Création d'une campagne et définition des indicateurs de suivi (ROI,…)

Partie 3 - Écrire pour la publicité

- Le copywriting, ou l'art d'écrire pour vendre
- Les modèles du copywriting (AIDA,…)
- 10 conseils pour rédiger une publicité efficace
- Atelier : Création d'une publicité en appliquant les règles du copywriting

Partie 4 - Réaliser une vidéo publicitaire

- Les différents formats vidéo publicitaire
- Définir le
- Écriture,
- Atelier : C
- Travail pe

JOUR 2 (9h-

- Présenta

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

- Analyse des résultats avec proposition d'axes d'amélioration de la part du formateur
- Échanges avec le groupe, rappel des points clés de réussite
- Tour de table , évaluation des acquis et bilan de la formation

Public/Prérequis

- Être en charge des réseaux sociaux
- Connaître son audience et ses cibles de clientèle

Adobe Stock/Gorodenkoff, Chanelle Malambo/peopleimages.com

Prix 0.00 € TTC

Date	28 Nov. - 10 Déc. 2024
Durée	Le 28 novembre en distanciel (7h) et le 10 décembre en distanciel (2h)

Cette formation s'inscrit dans le cadre du plan collectif de formation à destination

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.

Déta
tarif

tarif

Personnel de droit public
Ces formations sont ouvertes au personnel de droit public mais à la charge de la structure. Le tarif est dégressif en fonction du nombre de participants. Merci de nous contacter si vous êtes intéressé par cette formation.

Contact: sorya.tholon@chooseparisregion.org

Participants 12

Ce cours comprend

- **Connaissance :** apport de concepts, méthodes et outils, et de bonnes pratiques illustrées par des exemples issus de l'expérience & expertise de l'intervenant
- **Compréhension :** 1er niveau d'appropriation via une analyse de publicité et l'identification des bonnes pratiques
- **Application :** appropriation par les participants au travers des ateliers individuels (plusieurs ateliers pratiques : création d'une campagne, création & rédaction d'une publicité, création d'une publicité vidéo)
- **Analyse :** mise en commun des travaux réalisés en phase d'application = analyse collective des productions de chacun
- **Synthèse :** identifier des idées forces issues de la formation, identifier des idées pour ses publicités à venir
- La répartition s'établit à 40% de théorie et 60% d'ateliers et travaux personnels

Ce site utilise des cookies dits « techniques » nécessaires à son bon fonctionnement, des cookies de mesure d'audience (génération des statistiques de fréquentation et d'utilisation du site afin d'analyser la navigation et d'améliorer le site), des cookies de modules sociaux (en vue du partage de l'URL d'une page du site sur les réseaux sociaux), des cookies publicitaires (partagés avec des partenaires) et des cookies Youtube. Pour plus d'informations et pour en paramétrer l'utilisation cliquez sur "Paramétrer les cookies". Vous pouvez à tout moment modifier vos préférences.