

FICHE PEDAGOGIQUE FORMATION PUBLICITÉ EN LIGNE

Localisation	Synthèses 4, allée de la Bourgonnette 35000 Rennes
Type	Formation courte
Durée	3 jours
Public visé	Salariés, demandeurs d'emploi, particuliers
Pédagogie	Atelier personnalisé en présentiel
Prérequis	Avoir un budget pour réaliser une campagne de publicité sur un projet concret. Avoir des connaissances des réseaux sociaux et de l'anglais est un plus.
Évaluation	Tests de positionnement en entrée et sortie de formation
Objectifs	Être capable de réaliser et d'optimiser sa première campagne publicitaire en ligne
Programme pédagogique	Préparer sa campagne SEA-SMA • Définir ses objectifs • Choisir son audience • Faire un audit sémantique (search console) • Réaliser une analyse statistique (Analytics) • Faire un audit concurrentiel (Google Ads, librairie publicitaire Meta) Utiliser Google Ads (SEA) • Connaître les différents formats d'annonce (display, réseaux de recherche, shopping etc.) • Maîtriser les extensions d'annonces • Choisir ses stratégies d'enchères • Définir ses KPI • Choisir ses mots clés • S'initier à Google Tag Manager (GTM) pour mieux tracker sa rentabilité • Gérer ses événements de conversion via GTM • Analyser et optimiser une campagne Mettre en place une campagne Facebook et Instagram Ads (SMA) • Connaître les formats d'annonce • Définir ses objectifs • Choisir son audience • Connecter Meta (Facebook et Instagram) à son site via GTM • Lire les statistiques Lancer une campagne LinkedIn, Twitter ou Pinterest (SMA) • Les formats d'annonce • Définir ses objectifs • Choisir son audience • Les différents formats d'annonce • Mise en place de la balise de conversion via GTM • Lire les statistiques Analyser et optimiser sa 1ère campagne (à J+7 ou +15) • Analyser les résultats après une semaine de campagne publicitaire • Optimiser sa campagne à partir des données
Coût horaire	Contactez-nous : 02 99 26 95 26 (Rennes) / 01 45 77 85 03 (Lyon)
Accessibilité	Locaux de plain pied et toilettes accessibles

version du 27/10/2025