

Publicité sur le Web et les réseaux sociaux : SEA, Display, Social ads, Retargeting

Renforcer sa visibilité et attirer de nouveaux clients

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Préparer, mener et mesurer une campagne publicitaire sur le Web et les réseaux sociaux.

INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 8

Réf : 4130

POUR QUI

- Responsable marketing et communication digitale.

PROGRAMME

Jour 1

1 - L'écosystème de la publicité digitale

- SEM, SEA, SEO, SMA, SMO.
- Quelle plateforme utiliser en fonction de votre audience cible.
- Conséquences du RGPD sur la publicité en ligne.

2 - Mettre en place le taggage pour des campagnes performantes

- Comprendre l'enjeu du taggage.
- Définir les éléments marketing taggables sur votre site.
- Tagger soi-même les objectifs marketing sur son site.
- Envoyer vers Google Ads et les plateformes Social Ads.

3 - Réussir vos campagnes SEA avec Google Ads

- Définir les budgets de campagne.
- Structurer son compte Google Ads.

Jour 2

3 - Réussir vos campagnes SEA avec Google Ads (suite)

- Créer une campagne Google Display.
- Créer une campagne Youtube.

4 - Publicité sur les médias sociaux

- Comprendre les placements, audiences, formats et stratégies pour les réseaux sociaux :
 - publicité sur Facebook, Instagram ;
 - publicité sur X (ex Twitter) Ads ;
 - publicité sur LinkedIn Ads ;
 - publicité sur TikTok Ads.

5 - Mesurer la performance de vos campagnes

- Calculer le ROI de vos campagnes.
- Évaluer les performances selon les médias et les objectifs.