

Formation à distance

Développer son e-shop grâce à la publicité digitale



Amaury DUVAL
Growth Hacker

Vous souhaitez créer des campagnes de publicité sur internet dans le cadre de votre politique globale de communication ? Savoir évaluer et optimiser le ROI de vos actions ?

Avec notre formation «Développer son e-shop grâce à la publicité digitale», maîtrisez le pilotage d'une campagne performante sur le Web en apprenant à combiner la publicité sur les réseaux sociaux et sur Google Ads.

Objectif général

L'action de la formation a pour objectif de comprendre comment fonctionne l'acquisition client via l'outil publicitaire de Facebook, Pinterest et Google Ads, mais aussi de maîtriser la rétention et la fidélisation par le biais de techniques webmarketing.

Objectifs spécifiques

À la suite de cette formation, l'apprenant saura :

- Appréhender les plateformes publicitaires de Facebook, Instagram, Pinterest et Google Ads
- Mener une veille concurrentielle pertinente et définir les objectifs de ses campagnes
- Cibler une audience pour atteindre les bonnes personnes
- Créer et gérer un compte publicitaire
- Comprendre les outils de suivi de conversion des régies publicitaires (Pixel)
- Accéder aux statistiques de campagnes et les analyser pour suivre les clics

Tarif
particulier

2 100 €

Tarif avec
prise en charge

2 600 €

Net de taxes – TVA non applicable, art. 293-B du CGIP



🕒 Durée de la formation : 20 heures

📖 Nombre de modules : 9 modules

📖 Nombre de leçons : 32 leçons

Pré-requis

Savoir utiliser un ordinateur et naviguer sur Internet – Posséder un site Web e-commerce – Avoir une page Facebook et Pinterest – Avoir l'outil « Pixel Facebook » pour mesurer ses conversions et l'audience

Sessions

Commencez quand vous voulez!

Cette formation peut se faire tout au long de l'année.

Financement

OPCO

Pôle emploi



Modalités pédagogiques

Apprentissage 100 % personnalisé :

- 12 h de formation en présentiel ou distanciel sous la forme de 3 demi-journées de 4 h
- 8 h de digital learning (les ressources sont disponibles sur notre plateforme e-learning accessible 7 j/7 et 24 h/24)
- Accompagnement individuel (cours et devoirs avec corrections personnalisées)

La formation comporte :

- des apports théoriques
- des exercices pratiques
- des mises en situation professionnelle

Le travail et l'entraînement spécifique sont adaptés aux besoins concrets de l'apprenant.

Suivi et évaluation

- Entretien préalable de validation à l'entrée en formation
- Autopositionnement en début et fin de formation
- Une série d'exercices pour vérifier et/ou démontrer que les objectifs de l'action de formation ont été atteints ou sont en voie d'acquisition

À l'issue de la formation, une **attestation de compétences** sera délivrée au bénéficiaire.

Modalités logistiques

Les classes virtuelles ont lieu sur Zoom (accès via un identifiant et un mot de passe > une bonne connexion internet est indispensable)

Accessibilité de nos formations

Toutes nos formations sont ouvertes aux personnes en situation de handicap.

Référente handicap joignable par e-mail : Marine Drouart
communication@mdmots.com

Contact

Notre service client est joignable de 9 h à 12 h 30 et de 14 h à 17 h 30 :

- Par e-mail :
formation@mdmots.com
- Par téléphone :
06 40 81 06 09



Programme

Comprendre les différents types de publicités et d'objectifs

- Différentes régies ont différentes utilités et différents fonctionnements
- Différents types de publicités (comportement ou intention)
- Différents types d'objectifs (visibilité, trafic ou conversion)

Bien mener une veille concurrentielle

- Qu'est-ce que c'est et pourquoi est-ce essentiel ?
- Identifier ses concurrents principaux
- Définir et préciser sa différenciation par rapport à la concurrence
- Trouver les publicités de ses principaux concurrents et leurs offres phares pour s'inspirer

Bien définir ses critères de ciblage de publicités Facebook

- Audiences personnalisées et audiences similaires
- Les données démographiques à disposition
- Ciblage par centres d'intérêt
- Connexions vis-à-vis de la page

Mise en place d'un Business Manager pour centraliser ses campagnes publicitaires et optimiser ses coûts

- Comment fixer son budget publicitaire ?
- Définir l'enchère maximale de ses campagnes
- Choisir entre dépenser quotidiennement ou sur la durée d'une campagne
- Spécificités d'Instagram Shopping

Bien choisir les contenus à sponsoriser pour vos publicités Facebook

- Les différents types de contenus sponsorisés
- Respecter les contraintes imposées par Facebook et Instagram
- Sponsoriser un ou plusieurs contenus dans une campagne
- Outils complémentaires pour la création des visuels



Mesurer les performances de ses campagnes publicitaires

- Distinguer une bonne campagne publicitaire d'une mauvaise
- Apprendre des résultats pour modifier le ciblage/le budget/les contenus
- Mesurer le retour sur investissement de ses actions publicitaires avec les conversions

Outils complémentaires du Business Manager pour les publicités Facebook

- Pixels Facebook
- Conversions personnalisées
- Adaptation du site de l'entreprise

Pinterest Ads

- Fonctionnement de la régie de Pinterest
- Comment bien mettre en place ses premières publicités
- Bien analyser ses résultats pour améliorer ses publicités

Google Ads

- Fonctionnement de la régie de Google
- Comment bien mettre en place ses premières publicités ?
- Bien analyser ses résultats pour améliorer ses publicités
- Achat de mots-clés, Google My Business, Google Merchant Center

À propos du formateur



Amaury DUVAL

Amaury DUVAL

Growth Hacker

Amaury est consultant en croissance : il aide petites et grandes entreprises à se développer en ligne en analysant leurs données marketing. N'ayez plus peur des chiffres ! Amaury vous aide à mieux les comprendre pour y voir plus clair et à trouver les meilleures pistes afin de faire grandir votre entreprise sereinement.

