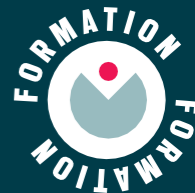




**FORMATION
CONTINUE**



PUBLICITÉ EN LIGNE : GOOGLE ADS ET SOCIAL ADS

Dans un monde numérique en constante évolution, les campagnes publicitaires en ligne représentent un levier crucial pour atteindre rapidement ses cibles et générer des conversions. Maîtriser Google Ads et les Social Ads (Facebook, Instagram) permet de tirer parti des fonctionnalités avancées de ciblage et d'optimisation, tout en respectant un budget maîtrisé. Cette formation vous accompagne dans la création et la gestion de campagnes publicitaires efficaces, adaptées à vos objectifs marketing.

Informations pratiques

- Objectifs : Apprendre à créer et optimiser des campagnes publicitaires en ligne, Comprendre les bases du ciblage et de l'optimisation des budgets publicitaires
- Prérequis : Aucun
- Aptitudes : Capacité à concevoir des annonces attractives et adaptées aux objectifs de la campagne, Savoir configurer des campagnes sur Google Ads et les réseaux sociaux
- Durée : 1 jour (7 heures)
- Délai d'accès : 72 heures
- Méthodes mobilisées : Simulations de campagnes publicitaires, Études de cas sur des annonces performantes, Ateliers de création et optimisation
- Modalités d'évaluation : Mise en place d'une campagne fictive sur Google Ads ou Social Ads, Quiz final sur les concepts abordés
- Tarif intra-entreprise : à partir de 1200 €

Compétences développées

- Création et gestion de campagnes Google Ads
- Utilisation des Social Ads pour cibler efficacement les audiences
- Analyse des performances et ajustements des campagnes
- Accessibilité : locaux accessibles aux personnes à mobilité réduite. Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques avant le début de la formation si vous êtes en situation de handicap. Nous nous efforcerons d'y répondre au mieux.



Votre Contact



05.58.05.44.81
formation@landes.cci.fr



www.landes.cci.fr

DÉTAILS DE LA FORMATION

Programme indicatif

1- Introduction aux campagnes publicitaires en ligne

- Présentation des outils publicitaires (Google Ads, Meta Ads)
- Définition des objectifs d'une campagne (notoriété, conversion, engagement)

2- Création de campagnes publicitaires

- Élaboration de messages publicitaires impactants
- Choix des audiences et paramètres de ciblage

3- Optimisation et suivi des performances

- Gestion des budgets et optimisation des enchères
- Analyse des KPIs : taux de clics, taux de conversion, coût par acquisition

4- Ateliers pratiques

- Simulation : Création et configuration d'une campagne
- Analyse collective des résultats et pistes d'amélioration