

# Formation Meta Ads – 2 jours

## Jour 1 : Comprendre Meta Ads et créer sa première campagne

**Objectif : comprendre l'écosystème publicitaire Meta et savoir créer une campagne simple**

### **Matin : Introduction à Meta Ads**

- Présentation de la publicité sur Facebook et Instagram.
- Différence entre organique et payant.
- Avantages de Meta Ads pour les entreprises : visibilité, ciblage précis, mesure des résultats.
- Panorama des objectifs publicitaires : notoriété, trafic, conversions, interactions, génération de leads.

### **Après-midi : Création de la première campagne**

- Présentation du Business Manager et du Gestionnaire de publicités.
- Création d'un compte publicitaire et liaison avec la page Facebook/Instagram.
- Structure d'une campagne : campagne, ensemble de publicités, publicités.
- Choix de l'objectif, définition du public cible (âge, localisation, centres d'intérêt, comportement).
- Paramétrage du budget et calendrier de diffusion.
- Création de la publicité : visuels, texte, call-to-action.

### **Exercice pratique :**

- Créer une première campagne simple avec un objectif de trafic ou d'engagement.
- Définir le ciblage et le budget.

---

## **Jour 2 : Optimisation et suivi des performances**

## Objectif : savoir analyser et améliorer les performances des campagnes Meta Ads

### Matin : Analyse et optimisation

- Comprendre les métriques clés : impressions, clics, CTR, CPC, conversions.
- Lecture des rapports et tableaux de bord.
- Introduction à l'A/B testing : tester visuels, textes et audiences.
- Optimisation du ciblage et ajustement du budget pour améliorer les résultats.

### Après-midi : Stratégie et bonnes pratiques

- Types de publicité avancés : carrousel, collection, vidéo, retargeting.
- Remarketing : relancer les personnes ayant interagi avec votre page ou votre site.
- Bonnes pratiques créatives : design, message, call-to-action, fréquence.
- Planification et fréquence des campagnes pour maximiser la performance.
- Conseils pour éviter les erreurs courantes : audiences trop larges, mauvais suivi des conversions, budget mal réparti.

### Exercice pratique :

- Créer une publicité avec retargeting sur les visiteurs d'un site ou d'une page Facebook.
- Mettre en place un suivi simple des conversions (pixel Meta) et analyser les premiers résultats.



### Remarques pédagogiques :

- Chaque journée combine **théorie et pratique** pour que les participants puissent créer et tester des campagnes en conditions réelles.
- L'objectif est de rendre les participants **autonomes pour lancer et suivre des campagnes Meta Ads** simples, avec des bases solides pour évoluer ensuite vers des campagnes plus complexes.
- Les notions avancées (scaling, automatisation, intégrations CRM) peuvent faire l'objet d'un module complémentaire.

