PROGRAMME DE FORMATION · MARKETING · SOCIAL MEDIA

À distance, en classe virtuelle

Activer le social ads pour amplifier sa visibilité

Réf MM-PROG-MKG-1-028-28H · v1.0 · Novembre 2026

28h	4 jours	5	2 380 €
VOLUME HORAIRE	DURÉE	MODULES	HT PAR PARTICIPANT

Structuration des campagnes publicitaires sur les réseaux sociaux.

À L'ISSUE, VOUS SAUREZ

1. Comparer les régies sociales et choisir le bon mix
2. Construire une stratégie social ads alignée avec le funnel
3. Concevoir des créations publicitaires performantes et adaptées par plateforme
4. Configurer ciblages, audiences et budgets
5. Mesurer le ROI et optimiser en continu

POUR QUI

Responsables marketing et acquisition, community managers, e-commerçants, dirigeants, responsables du budget ou de la mise en place du social ads. Intermédiaire en marketing digital.

AVANT DE COMMENCER

Pratique du marketing digital et des réseaux sociaux

Poste de travail avec accès à internet ; accès à au moins une régie publicitaire (Meta Business Manager, LinkedIn Campaign Manager, TikTok Ads Manager)

Des objectifs et une offre à promouvoir pendant la formation

APERÇU DU PARCOURS

MODULES 1 ET 2

Panorama et stratégie social ads · Ciblage, audiences et tracking en social ads

Audit du marché publicitaire social et positionnement sectoriel · Audiences sauvegardées, personnalisées, similaires et prédictives

MODULES 3 ET 4

Création et formats pour la publicité sur les réseaux · Configuration, automatisations et activation des campagnes social ads

Spécificités des formats par plateforme · Structure de compte publicitaire et arbitrages

MODULE 5

Performance et optimisation des campagnes social ads

Articulation avec le marketing automation pour le nurturing post-lead et la fidélisation

MÉTHODES PÉDAGOGIQUES



Alternance d'apports



Démonstrations live



Ateliers

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MODULE 1 · 5H

Panorama et stratégie social ads

Audit du marché publicitaire social et positionnement sectoriel · Forces, formats et coûts comparés · Meilleures pratiques par régie et par secteur · Funnel social ads (notoriété, considération, conversion, fidélisation)

MODULE 2 · 4H

Ciblage, audiences et tracking en social ads

Audiences sauvegardées, personnalisées, similaires et prédictives · Tracking serveur et API de conversion en profondeur · Conversions modélisées et perte de signal · Stratégies de données propriétaires et partenariats data

MODULE 3 · 6H

Création et formats pour la publicité sur les réseaux

Spécificités des formats par plateforme · Accroches, scripts, storytelling · Outils dédiés, intégrés et IA générative pour la création · Partenariats créateurs via les régies (Spark Ads, Thought Leader Ads, Branded Content) · Tests de plusieurs créations et itération

MODULE 4 · 8H

Configuration, automatisations et activation des campagnes social ads

Structure de compte publicitaire et arbitrages · Campagnes automatisées full-funnel sur les réseaux · Stratégies d'enchères et budgets par réseau · Sécurité de marque et contrôle des emplacements · Lancement, suivi et arrêt des campagnes

MODULE 5 · 5H

Performance et optimisation des campagnes social ads

Articulation avec le marketing automation pour le nurturing post-lead et la fidélisation · KPI sociaux et lecture des plateformes · Mesure incrémentale et attribution au dernier clic · Construction du plan social ads global : articulation entre régies et phasage · Tendances et veille en social ads · Optimisation continue et passage à l'échelle · Cas pratique fil rouge : plan social ads multi-plateforme avec budget et restitution

ÉVALUATION · SATISFACTION

Avant

Positionnement initial

Fin de formation

Projet final de plan social ads · Livrable : plan social ads multi-plateforme avec créations

Bilan

Auto-évaluation de fin de formation + Attestation de fin de formation Mediamed précisant les compétences acquises

À chaud

Questionnaire de satisfaction anonyme

PROFIL FORMATEUR

Formation animée par un formateur expert du domaine, sélectionné et suivi par Mediamed.

Informations pratiques

INSCRIPTION

Par mail à contact@media-med.fr ou via le formulaire en ligne sur www.media-med.fr

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription possible jusqu'à 15 jours avant le début de la session, sous réserve de places disponibles. Réponse sous 48 h ouvrées.

TARIF

2 380 € HT par participant
Financement OPCO ou direct

ACCESSIBILITÉ

Formation accessible aux personnes en situation de handicap : adaptations étudiées avec vous. Référent handicap : Olivier Virault · contact@media-med.fr · 09 54 05 52 44