

# PROGRAMME DE FORMATION



## Concevoir et piloter des campagnes de publicité digitale sur Meta, LinkedIn et Google Ads

---

*il était* **UNE**  
**COM**

# 1. PRÉSENTATION DE LA FORMATION

Cette formation s'adresse aux professionnels souhaitant concevoir, lancer et piloter des campagnes de publicité digitale afin de développer la visibilité de leur entreprise, de promouvoir leurs offres ou de générer des contacts qualifiés. Elle permet de comprendre les principes fondamentaux de la publicité en ligne, de structurer des campagnes cohérentes et d'en assurer le suivi sur les principales plateformes publicitaires : Meta (Facebook & Instagram), LinkedIn et Google Ads.

La formation est orientée vers une approche stratégique et opérationnelle, sans entrer dans des techniques avancées d'optimisation ou de performance, et vise à rendre le participant autonome dans la gestion de campagnes publicitaires simples et efficaces.

## 2. OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

**À l'issue de la formation, le participant sera capable de :**

- Comprendre les enjeux et le fonctionnement de la publicité digitale
- Définir des objectifs publicitaires adaptés à son activité
- Concevoir des campagnes de publicité sur Meta, LinkedIn et Google Ads
- Structurer et piloter des campagnes publicitaires cohérentes
- Analyser les résultats et ajuster ses campagnes publicitaires

## 3. PUBLIC CONCERNÉ

- Entrepreneurs et indépendants
- Dirigeants de TPE / PME
- Salariés et chargés de communication
- Community managers

## 4. PRÉREQUIS

- Disposer d'une activité professionnelle ou d'un projet d'entreprise
- Avoir une présence en ligne (site internet et/ou réseaux sociaux)
- Disposer ou être en capacité de créer un compte publicitaire (Meta, LinkedIn ou Google Ads)

**La création ou la vérification des comptes publicitaires peut être abordée durant la formation, sans constituer l'objectif principal de celle-ci.**

## 5. COMPÉTENCES VISÉES

**À l'issue de la formation, le bénéficiaire sera capable de :**

- Structurer une stratégie de publicité digitale adaptée à son entreprise
- Concevoir des campagnes publicitaires sur les principales plateformes
- Piloter et ajuster des campagnes publicitaires en fonction des résultats

## 6. DURÉE ET FORMATS PROPOSÉS

**La durée de la formation est définie à l'issue de l'analyse du besoin et peut être adaptée selon le niveau et les objectifs du bénéficiaire.**

- Format court : 7 heures (1 jour)
- Format standard : 14 heures (2 jours)
- Format approfondi : 21 heures (3 jours)

**La formation est proposée en présentiel ou à distance.**

## 7. DÉLAI D'ACCÈS

Accès à la formation dans un délai de 72 heures après validation du devis et des documents contractuels.

## 8. MOYENS PÉDAGOGIQUES MOBILISÉS

- Apports théoriques
- Études de cas
- Démonstrations pas à pas sur les plateformes publicitaires
- Exercices pratiques appliqués au projet du participant
- Supports pédagogiques remis au stagiaire

**La formation alterne apports théoriques et mises en pratique afin de favoriser l'appropriation des compétences.**

## 9. MODALITÉS D'ÉVALUATION

- Exercices pratiques tout au long de la formation
- Étude de cas ou exercice de synthèse appliqué au projet du participant
- Évaluation des acquis en fin de formation

**Un questionnaire de satisfaction est remis au participant à l'issue de la formation.**

## 10. TARIF

À partir de **990 € par jour de formation**, selon la durée et les modalités définies après analyse du besoin.

## 11. ACCESSIBILITÉ

La formation est accessible aux personnes en situation de handicap.

**Référent handicap :** Aure Briand-Lyard

*Nous vous invitons à nous faire part de vos besoins spécifiques si vous êtes en situation de handicap.*

## 12. PROGRAMME INDICATIF DÉTAILLÉ

**Le programme est construit de manière progressive.**

- Le format 7 heures correspond au jour 1.
- Le format 14 heures comprend les jours 1 et 2.
- Le format 21 heures comprend les jours 1, 2 et 3.

# PROGRAMME INDICATIF

## JOUR 1 (7 H)

### LES FONDAMENTAUX DE LA PUBLICITÉ DIGITALE

#### Comprendre les enjeux de la publicité digitale

- Rôle de la publicité digitale dans la stratégie de communication
- Différence entre communication organique et publicité payante
- Panorama des principales plateformes publicitaires

#### Définir une stratégie publicitaire

- Définition des objectifs publicitaires
- Identification des cibles et audiences
- Choix des plateformes adaptées à son activité

#### Bases de la structure d'une campagne publicitaire

- Logique de campagne, ensemble de publicités et annonces
- Présentation des formats publicitaires
- Bonnes pratiques de conception des messages publicitaires

### COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Comprendre les fondamentaux de la publicité digitale
- Structurer une stratégie publicitaire adaptée à son entreprise

# PROGRAMME INDICATIF

## JOUR 2 (7 H)

### CONCEPTION ET LANCEMENT DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

#### Créer des campagnes publicitaires sur Meta et LinkedIn

- Présentation des interfaces publicitaires
- Paramétrage des campagnes et des audiences
- Création des annonces publicitaires

#### Introduction à Google Ads

- Principes de fonctionnement de Google Ads
- Choix des objectifs et des formats
- Création d'une campagne simple

#### Paramétrage et lancement des campagnes

- Définition des budgets et calendriers
- Vérification des paramètres essentiels
- Lancement et suivi initial des campagnes

### COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Concevoir et lancer des campagnes publicitaires digitales
- Paramétrer des campagnes adaptées aux objectifs définis

# PROGRAMME INDICATIF

## JOUR 3 (7 H)

### PILOTAGE, ANALYSE ET AJUSTEMENT DES CAMPAGNES

#### Suivi et lecture des performances

- Comprendre les indicateurs de performance publicitaire
- Lecture des résultats des campagnes
- Identification des leviers d'amélioration

#### Ajuster et optimiser ses campagnes

- Ajustement des audiences et des messages
- Gestion des budgets et des calendriers
- Bonnes pratiques d'optimisation simple

#### Pérenniser sa stratégie de publicité digitale

- Organisation et suivi des campagnes dans le temps
- Intégration de la publicité digitale dans la stratégie globale
- Autonomie dans la gestion des campagnes publicitaires

### COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES À L'ISSUE DE CETTE JOURNÉE :

- Analyser les performances de campagnes publicitaires
- Piloter et ajuster des campagnes de manière autonome



## INFORMATIONS & RÉSERVATION

[agenceiletaitunecom.com](http://agenceiletaitunecom.com)

*il était* **UNE**  
**com**