



Niveau : Intermédiaire

Durée : 2 jour

Catégorie :

Référence : H

Formateur : Cécile Adeline



07 63 19 82 12

jb.bodard@idlabs.fr



www.idlabs.fr

FORMATION

COPYWRITING + META BUSINESS SUITE : LE COMBO GAGNANT POUR DES PUBLICATIONS SPONSORISÉES QUI FONT VENDRE

Description de la formation :

La Méta Business suite = Pas de panique !

Est-ce qu'on est bien tous d'accord, pour dire qu'aujourd'hui, Méta est un outil - certes complet - mais complexe ?

Fort de ce constat, comment appréhender l'utilisation de la Méta Business Suite ?

Et pour aller plus loin...

Comment créer une publication sponsorisée qui convertit ?

Cette formation répond à l'ensemble de ces questions.

De plus...

Pourquoi avoir une seule experte sur le sujet, quand on peut en avoir deux ?

Bénéficiez de la double compétences de deux formatrices aguerries en :

- En rédaction persuasive et publicitaire (le copywriting)
- L'utilisation et la maîtrise de la Méta Business Suite (le community management)

Cécile ADELIN et Laurane JULIENNE vous accompagnent dans cette formation complète sur un domaine souvent peu représenté dans la formation sur les réseaux sociaux.

[Poser une question par mail](#)

[Réserver cette formation sur le site](#)

Objectifs

Objectif 01

Utilisez le copywriting pour créer des publications sponsorisées, qui convertissent

Objectif 02

Maîtriser les éléments clés de la Meta Business Suite

Objectif 03

Publier une publication sponsorisée (sur Facebook ou Instagram) et analyser ses statistiques

Modules de la formation

Jour 1 – matin

Module 1 – Définir ce qu'est le copywriting et son impact

- Qu'est-ce que l'écriture persuasive ?
- Les 3 armes de persuasion massives - pour argumenter

- Les 5 armes de persuasions massives - pour argumenter
- Les 8 besoins vitaux - qui vous aideront à vendre
- Les 10 motifs principaux - qui poussent la majorité des gens à agir.

Module 2 – Les fondamentaux de votre nouvelle écriture percutante :

- Réécrire toutes ses phrases - en moins de 15 mots
- Découvrir la technique du toboggan glissant
- Appréhender les framework de copywriting (4P, BABA, PSOA, AIDPA, FAB...)
- Dire adieu aux hashtags et intégrer les notions de SEO dans votre écriture sur les réseaux
- Tester la check-list ultime pour des posts qui cartonnent.

Jour 1 – après-midi

Module 3 – Mise en pratique

- Découvrir des exemples de publications sponsorisées
- Atelier d'écriture dédiée à votre activité : écrire une publication sponsorisée qui respecte la ligne éditoriale de Facebook ou Instagram
- Intégrer à la fois les fondamentaux du copywriting et du SEO dans votre publication.

Module 4 – Réfléchir au visuel adapté à la publication.

- Déterminer le type de visuel à intégrer dans la publication sponsorisée (photo, vidéo, carrousel, infographie) ...
- Trouver la meilleure accroche, qui fera partie intégrante du visuel
- Les bonnes pratiques à adopter, pour un visuel attrayant
- Découvrir la banque d'outils complète pour créer son visuel.

Module 5 – Aller encore plus loin (Ressources)

- Les 10 minis trucs de la papesse du copywriting
- Les sites internet à connaître, sur le copywriting
- Les meilleurs ouvrages sur l'écriture persuasive.

Jour 2 – matin

Module 1 – Optimiser votre gestion de la Méta Business Suite

- Appréhendez les différences entre le Business Manager et la Méta Business Suite
- Découvrez les derniers changements majeurs de la Méta Business Suite
- Maîtrisez les différentes catégories de la Méta Business Suite et leurs utilités.

Module 2 – Maîtriser la mécanique des publicités payantes sur Facebook ou Instagram

- Utiliser l'outil de création de publications sponsorisées,
- Établir les différences entre une publication et une publication sponsorisée,
- Déterminer les différences entre une publication sponsorisée et une campagne sponsorisée,
- Mettre en place le Pixel Facebook pour suivre les conversions, créer des audiences personnalisées, cibler les visiteurs du site web, optimiser les campagnes publicitaires...

Module 3 - Mettre en place une publication sponsorisée.

- Définir la stratégie de la campagne ou de la publication sponsorisée
- Déterminez l'objectif principal de la publication sponsorisée (notoriété, trafic, interaction, prospect, promotion, vente)
- Créer le budget de la campagne
- Délimiter le champ d'action de la campagne avec une audience définie (ciblage, persona, zone de chalandise...)
- Déterminez le réseau social (Facebook ou Instagram) et le placement (feed publications ou vidéos, marketplace ou boutique, publicités ...) puis publier.

Jour 2 – après-midi

Module 4 – Analyser la performance d'une campagne de pub.

- Accéder à l'ensemble des statistiques de la page Facebook ou Instagram (Insight)
- Mesurer la performance de la publication sponsorisée en fonction de la stratégie déployée, de l'objectif à atteindre et de la cible à toucher
- Appréhender la méthodologie à appliquer pour tous types de campagnes / publications sponsorisées.

Module 5 – Aller encore plus loin (Ressources)

- Réaliser une étude approfondie de la concurrence (benchmark)
- Gagner du temps en regroupant l'ensemble des notifications et des conversations via la messagerie

- Connaître les bonnes pratiques pour la planification de campagnes ou de publications
- Créer et mettre en place des publications et des campagnes avec d'autres outils.

Méthode pédagogique

- Présentation d'exemples concrets de contenus sponsorisés (sur la partie ligne éditoriale ainsi que la partie technique),
 - Cas pratique, avec la mise en place d'une publication sponsorisée sur Facebook ou Instagram,
 - Démonstration en ligne des solutions techniques existantes.
-
- Conseils pratico-pratiques, boîte à outils...

[Poser une question par mail](#)

[Réserver cette formation sur le site](#)