

Facebook et Instagram ont développé au cours des dernières années de nombreuses possibilités pour vos actions publicitaires. Pour savoir comment exploiter efficacement ces possibilités en fonction de vos objectifs, comment optimiser l'impact de vos actions publicitaires (pour cibler, réaliser, planifier), cet atelier vous apporte méthodologie et bonnes pratiques. Une formation opérationnelle pour accroître votre efficacité et vos résultats

-  **Public et pré-requis :**
 - **Partenaire :** OFFICES de TOURISME VENDÉE
 - Public : Professionnels du tourisme de Pays-de-la-Loire présents sur le web souhaitant optimiser leurs publicités / Priorité d'inscription pour les professionnels du tourisme de Vendée.
 - Pré-requis : Avoir une page Facebook active et l'administrer / Avoir un compte Instagram actif et l'administrer
-  **Durée :** 1 journée (7 h)
-  **Dates et lieux :**

Jeudi 30 janvier 2020– 9h30-13h0 / 14h00-17h30
Offices de Tourisme Vendée (Union Départementale) - 45 Boulevard des Etats-Unis – 85000 La Roche sur Yon
-  **Formatrice :** Gisèle Taelmans – CoManaging
-  **Effectif maximum :** 12 participants
-  **Objectifs pédagogiques :**
 - Connaissance : Décrire le profil et le comportement des membres de vos communautés Facebook et Instagram
 - Compréhension : Classifier les objectifs que vous pouvez atteindre avec Facebook et Instagram
 - Application : Utiliser la plateforme d'achat d'espace publicitaire de Facebook et Instagram
 - Analyse : Comparer le potentiel des campagnes publicitaires
 - Synthèse : Planifier le thème des campagnes publicitaires sur l'année

Programme détaillé

Partie N°1 : Connaissance : Décrire le profil et le comportement des membres de vos communautés Facebook et Instagram

Analyser des pages et résultats Facebook et Instagram :

- Audit de la Page Facebook (publications et statistiques)
- Audit du compte Instagram (publications et statistiques)

Réalisation du Personae de son audience (Travail à partir d'une trame de travail)

Partie N°2 : Compréhension : Classifier les objectifs que vous pouvez atteindre avec Facebook et Instagram

Préparer ses campagnes :

- Définir ses objectifs et son plan d'action
- Définir son offre
- Sélectionner ses cibles
- Définir les centres d'intérêt et le vocabulaire de ses cibles

Séquence individuelle pratiquée en même temps que les points clés énoncés par le formateur : compréhension des étapes de préparation d'une campagne publicitaire

Partie N°3 : Application : Utiliser la plateforme d'achat d'espace publicitaire de Facebook et Instagram

- Comprendre les différentes solutions d'achat d'espace sur Facebook et Instagram
- Créer une campagne publicitaire

Apprentissage des points clés avec mise en pratique sous l'énoncé du formateur pour comprendre les étapes de mise en œuvre d'une campagne publicitaire

Partie N°4 : Comparer le potentiel des campagnes publicitaires

- Identifier les forces et faiblesses des Campagnes Facebook et Instagram

Réalisation d'un tableau préformaté (Swot)

Partie N°5 : Synthèse : Planifier le thème des campagnes publicitaires sur l'année

- •Définir les offres, les thèmes et la saisonnalité des publications qui pourront être boostés par les actions publicitaires sur Facebook et Instagram
- Identifier les opportunités et les menaces de ses publications

Réalisation d'un tableau préformaté (Swot)

Tour de table, bilan de la formation et évaluation des acquis

Méthodes et moyens pédagogiques

- Méthodes
 - Pédagogie active et participative
 - Apport théorique et méthodologique
 - Etude de cas et exercices pratiques
 - Travaux individuels ou par groupe
 - Réflexion personnelle sur les pistes d'actions concrètes à mettre en œuvre
- Moyens
 - Un questionnaire préalable
 - Support de présentation
 - Ateliers pratiques

Mise à disposition de supports pédagogiques

- Book pédagogique fourni sur papier en début de cours
- Fiches de travail et d'analyse à remplir en séance
- Support de cours au format PDF envoyé après la formation avec des liens cliquables & ressources complémentaires

Matériel recommandé

- Venir avec votre ordinateur portable (PA DE TABLETTE) / - Apporter ses codes d'accès à sa page Facebook et son compte Instagram

Évaluation des acquis

Une évaluation en 2 parties

- Un tableau d'auto-évaluation rempli par le participant
- Un tableau d'évaluation des acquis par objectif pédagogique rempli par le formateur en fin de session avec le participant, au vu des ateliers pratiques réalisés et de l'auto-évaluation du participant.

Évaluation de la satisfaction

Un questionnaire à chaud à remplir en ligne par le participant à la fin de la session (questionnaire obligatoire).

Contact : contact@academie-etourisme-paysdelaloire.fr / CoManaging - 06 86 90 96 51
<http://academie-etourisme-paysdelaloire.fr>