

Publicité digitale : booster le ROI avec SEA, Display, Social ads, Retargeting

Déployer des campagnes publicitaires digitales ultra-performantes

PUBLIC

Responsables marketing et communication digitale –
Spécialistes de la publicité en ligne –
Chefs de projet digital – Traffic managers – Consultants en marketing digital

PRÉ-REQUIS

Aucun prérequis nécessaire

NIVEAU D'EXPERTISE

Fondamentaux

MOYENS PÉDAGOGIQUES

- Dispositif de formation structuré autour du transfert des compétences
- Acquisition des compétences opérationnelles par la pratique et l'expérimentation
- Apprentissage collaboratif lors des moments synchrones
- Parcours d'apprentissage en plusieurs temps pour permettre engagement, apprentissage et transfert
- Formation favorisant l'engagement du participant pour un meilleur ancrage des enseignements

SATISFACTION ET EVALUATION

- L'évaluation des compétences sera réalisée tout au long de la formation par le participant lui-même (auto-évaluation) et/ou le formateur selon les modalités de la formation.
- Evaluation de l'action de formation en ligne sur votre espace participant :
 - ▶ A chaud, dès la fin de la formation, pour mesurer votre satisfaction et votre perception de l'évolution de vos compétences par rapport aux objectifs de la formation. Avec votre accord, votre note globale et vos verbatims seront publiés sur notre site au travers d'avis Vérifiés, solution Certifiée NF Service
 - ▶ A froid, 40 jours après la formation pour valider le

Code
702794

Durée
2 jours / 14 heures

Tarif Inter*
1 590 € HT

**Repas inclus (en présentiel)*

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les évolutions et les tendances de la publicité digitale.
- Maîtriser les outils de taggage et de suivi des conversions pour une performance optimale.
- Développer et optimiser les campagnes d'acquisition sur Google et les médias sociaux.
- Utiliser l'IA de manière stratégique pour simplifier les opérations et améliorer la prise de décision.

Programme de la formation

Engagement

Vous vous engagez dans votre formation. Connectez-vous sur votre espace participant et complétez votre questionnaire préparatoire. Votre formateur reçoit vos objectifs de progrès.

Jour 1 : Stratégie Publicitaire et Optimisation Technique

Panorama de la Publicité Digitale et Intégration Stratégique de l'IA (3h)

- Évolutions des différents leviers du digital : SEM, SEA, SMA, Display, Social ads, Retargeting.
- Tendances et veille de la publicité digitale.
- Complémentarités entre les leviers et optimisations des synergies.
- Plateformes adaptées à chaque audience.
- Impact du RGPD sur la publicité en ligne.
- Utilisation de l'IA pour l'analyse des tendances et la veille concurrentielle.

Plan de Taggage et Suivi des Conversions Optimisés par l'IA (4h)

- Optimisations des indicateurs de performance (KPI).
- Enjeux du taggage pour la performance des campagnes Google Ads et Social Ads.
- Définition des éléments à taguer dans le parcours client.
- Mise en place des pixels et tags de suivi de conversion.

transfert de vos acquis en situation de travail

- Suivi des présences et remise d'une attestation individuelle de formation ou d'un certificat de réalisation

ACCOMPAGNEMENT FORMATION À DISTANCE

En cas de nécessité, une assistance technique et pédagogique est joignable entre 8h30 et 18h (jours ouvrés):

- par téléphone : 01 83 10 10 10
- par mail : care-formation@lefebvre-dalloz.fr

Une réponse immédiate est apportée ; si besoin, le demandeur est mis en relation avec un expert dans un délai maximum de 48h.

- Transmission des données vers Google Ads et les plateformes Social Ads.
- Critères d'évaluation du plan de taggage et évolutions.
- Utilisation de l'IA pour l'analyse des données de taggage et l'optimisation des conversions.

Jour 2 : Campagnes d'Acquisition et Mesure de la Performance

Campagnes d'Acquisition SEA sur Google et Optimisation par l'IA (3h)

- Définition de la répartition du budget publicitaire dans une stratégie multicanale.
- Analyse des campagnes.
- Mise en place et optimisation de la structure du compte Google Ads.
- Création de campagnes : Google Search, Google Display.
- Mise en place et optimisations des campagnes YouTube (TrueView Instream, In-feed, Bumper).
- Mise en place et optimisation des campagnes Performance Max / Shopping.
- Utilisation de l'IA pour l'optimisation des enchères et la personnalisation des annonces.

Médias Sociaux (SMA), Mesure de la Performance et Optimisation par l'IA (4h)

- Placements, audiences, formats et stratégies sur les médias sociaux.
- Spécificités des réseaux Facebook, Instagram (Meta Business Manager).
- Spécificités du réseau LinkedIn Ads.
- Spécificités du réseau TikTok Ads.
- Spécificités du réseau X (ex Twitter) Ads
- .
- Mesure de la performance des campagnes : tableau de bord, suivi des KPIs, calcul du ROI.
- Évaluation des performances par média et objectif.
- Utilisation de l'IA pour l'analyse des données de performance et la génération de rapports.

Transfert

Votre parcours de formation se poursuit dans votre espace participant. Connectez-vous pour accéder aux ressources et faciliter la mise en œuvre de vos engagements dans votre contexte professionnel.

A noter

En amont et en aval de la formation, le positionnement pédagogique sera effectué à l'aide d'un questionnaire d'auto-positionnement.

Prochaines sessions

...

PARIS

- 12-13 Nov. 2026

A DISTANCE

- 22-23 Sep. 2026
- 12-13 Nov. 2026

