Maîtriser les Business Manager

Proposé par BrightEyes, organisme de formation enregistré sous le numéro 75331439733*[1].

CONTACT : BrightEyes - 36 rue Bourges, 33400 Talence
Formateur : Filipe Goncalves (filipe.goncalves73@gmail.com) / 06 66 63 09 63
Référent pédagogique : Filipe Goncalves
Référent administratif : Filipe Goncalves

FORMAT : 18 h sur 3 jours
Le format est adaptable en fonction de la disponibilité des apprenants. La session peut être organisée sur une journée pleine, ou divisée en deux demi-journées.

DATE DE RÉALISATION : à définir

HORAIRES DE RÉALISATION : à définir

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS :

- la formation est organisée intra-entreprise et doit faire l'objet de la signature d'un contrat par l'entreprise commanditaire
- la formation doit être planifiée au moins 2 semaines à l'avance afin de permettre d'assurer la qualité de l'accueil et l'adaptation de la formation aux besoins spécifiques des apprenants
- l'entreprise se charge de contacter les collaborateurs-bénéficiaires pour qu'ils prennent part à l'ensemble des modules de la session de formation

TARIF (3000€ H.T.) inclus :

- La préparation de la formation : adaptation de l'ingénierie pédagogique en fonction du besoin + création des cas « mises en situation »
- L'animation de la formation
- La transmission et l'analyse des questionnaires d'évaluation

Public :

La formation s'adresse aux dirigeant.e.s et professionnel.le.s de la communication. Chaque session compte 10 participants maximum.
Cette formation se place dans une dynamique de finalisation et d'aboutissement de la stratégie marque employeur. Le but de cette formation est de permettre aux professionnels de la communication et/ou RH de cibler des profils grâce aux outils digitaux actuels (Google, Facebook, Linkedin)

[1] * Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'Etat.

Objectifs :

A l'issue de la formation, les participants seront capables de :

- Comprendre les leviers des business manager et des publicités en ligne.
- Lancer des campagnes de marketing digital sur les gestionnaires de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok..) et/ou Google Ads afférentes à leur stratégie.
- Élaborer des annonces de publicités engageantes pour maximiser les résultats.
- Analyser et comprendre les résultats des campagnes mises en place et adapter les stratégies dans le futur.

A l'issue de la formation, l'équipe doit être en capacité de s'appuyer sur ces bases de connaissances afin de créer une campagne digitale de recrutement de profils.

Organisation :

La formation aura lieu en présentiel, dans les locaux fournis par l'entreprise cliente.
Celle-ci mettra à disposition de l'animatrice une salle équipée d'un vidéoprojecteur et permettant de recevoir l'ensemble des stagiaires pour leur temps de travail (chaises et bureaux pour chaque stagiaire).

Par impossibilité d'organiser la formation en présentiel, BrightEyes s'engage à pouvoir organiser et animer les ateliers à distance via des outils dédiés (Zoom & Mural).

Modalités d'évaluation de la formation :

L'évaluation des compétences se fera par deux moyens :

- Lors de mises en situation, l'animateur vérifiera l'application des techniques présentées;
- Par un quizz qui permettra d'évaluer le niveau de connaissance avant VS après la formation : un court questionnaire sera adressé afin de mesurer la connaissance relative aux compétences en matière de marque employeur.

La satisfaction sera évaluée en deux temps

- **à chaud :** mesure des réactions des participants à l'issue de chaque module : satisfaction, motivation, feedback sur le contenu ou l'expérience
- **à froid :** mesure de la satisfaction et de l'impact de la formation via un formulaire envoyé 48H après la fin de la formation

Modalités pédagogiques

L'action de formation est rythmée par des temps d'apports théoriques et de mises en situations concrètes permettant d'illustrer, en pratique, ces bases théoriques de réflexion.

Modalités logistiques

Hébergement : l'hébergement est à la charge du stagiaire
Repas : le repas du midi est à la charge du stagiaire
Transports : les frais de déplacements sont à la charge du stagiaire

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Nous accueillons tout type de public et sans distinction.
Cependant, si vous êtes en situation de handicap, vous pouvez être amené à avoir besoin d'un accompagnement spécifique ou d'une aide adaptée.
Afin d'organiser votre venue dans les meilleures conditions et de nous assurer que les moyens de la prestation de formation peuvent être adaptés à vos besoins spécifiques, vous pouvez nous contacter au +33 6 66 63 09 63 ou par mail filipe@brighteyes.fr

Nous trouverons des solutions pour vous accueillir au mieux.

Gestion de Rupture du Parcours

(À remplir par le Référent Pédagogique uniquement en cas d'abandon

Date de l'Abandon Effectif :
Moment de l'Abandon :
Taux de réalisation de la prestation :
Raison Principale Avancée par le Stagiaire ou l'Entreprise :

Programme

Module 1 : Maîtriser les campagnes Business Manager

Construction d'un plan digital sous format Word pour le lancement d'une campagne digitale lors des 2 modules

Utilisation du business manager :
- Analyse des datas existantes sur le projet
- Choisir un objectif pour chaque campagne
- Quelle audience choisir ? Comment créer une audience + profil lookalike / similaire sur Facebook / Instagram ?
- Optimisation du budget et du calendrier et suivi de campagne
- Type de Contenu et message à diffuser + Call to action

Objectif Pédagogique (OP) : À l'issue de ce module, l'apprenant sera capable de configurer un compte Business Manager, de segmenter l'audience (y compris lookalike) et de paramétrer le budget et le calendrier d'une campagne publicitaire sur Facebook/Instagram.

Module 2 : Maîtriser les campagnes Google Ads

Présentation :
- Les possibilités de Google Ads
- Les Campagnes de recherche (achat de mots-clés)
- Campagnes display
- Sponsorisation sur Youtube de vidéos (Pré roll / Discovery / Mid roll...)

Objectif Pédagogique (OP) : À l'issue de ce module, l'apprenant sera capable de choisir le bon type de campagne (Search, Display, YouTube), d'élaborer une annonce engageante et de mettre en place une stratégie de reciblage sur Google Ads.

Comment lancer une campagne digitale :
- Lancement de campagne
- Création de bassins d'audiences sur Google Ads
- Reciblage sur Google ads
- Reciblage d'un bassin d'audience YouTube sur des sites diffusant des

bannières (réseaux Google Display)
- Création d'audiences similaires / Profils lookalike

Module 3 : Storytelling, bonnes pratiques sur les réseaux sociaux et engagement de l'audience

Storytelling :
- Comment engager son audience ?
- Quel contenu utiliser ? Quelle fréquence de diffusion ?

Bonnes pratiques sur YouTube :
- Mots clés / Titres / Description : comment améliorer son référencement
- Outils : fiche / call to action / analyse des statistiques

Global :
- Présentation de la programmatique et des nouveaux formats existants hors RS
- Comment créer une audience hors réseaux sociaux

Objectif Pédagogique (OP) : À l'issue de ce module, l'apprenant sera capable d'élaborer une trame de storytelling percutante et d'optimiser le référencement (Mots-clés / Titres) d'un contenu sur YouTube et les réseaux sociaux.

———

Méthodes pédagogiques
Pédagogie active mêlant.
Apports théoriques comprenant des exemples concrets de bonnes pratiques
mises en situation, exercices pratiques pour appliquer la théorie au cas concret du projet de la personne formée et lui permettre de poser les premières pierres de sa réflexion et de sa stratégie digitale.

Prérequis
- Connaître et maîtriser les principaux réseaux sociaux
- Connaître la notion de campagne digitale