

ASPECTS PRATIQUES	ASPECTS PEDAGOGIQUES
<p>PUBLIC VISÉ :</p> <p>Salariés amenés à promouvoir les activités et services sur FaceBook</p> <p>PRÉ-REQUIS :</p> <p>Utilisation personnelle de facebook</p> <p>LIEU :</p> <p>Option 1 – En entreprise Option 2 – Distanciel Option 3 – Location de salle (surcoût à envisager)</p> <p>DATES ET HORAIRES :</p> <p>A définir</p> <p>ASPECTS ADMINISTRATIFS :</p> <p>Fiche de renseignements à compléter en amont. Convention ou contrat à signer en amont de formation. Emargements par demi-journée pour le présentiel, attestation d'assiduité en cas de distanciel (basée sur les productions et/ou les enregistrements de la classe virtuelle).</p> <p>MODALITES ET DELAIS D'ACCES :</p> <p>En intra-entreprise - Action planifiée en concertation avec l'entreprise En inter-entreprise, selon planning inter-entreprise Nous contacter par téléphone ou par mail</p> <p>ACCESSIBILITE AUX PERSONNES HANDICAPEES :</p> <p>En cas de formation réalisée en présentiel et avec location de salle, les locaux sont garantis accessibles aux PMR. Autres handicaps, nous contacter pour mise en place des moyens de compensation.</p> <p>TARIF :</p> <p>En intra-entreprise (pour un groupe) : 990 euros HT/TTC par jour donc 990 euros HT/TTC pour l'action 300 euros HT/TTC par personne en inter Les frais de salle ou de séminaire sont à ajouter aux montants présentés ci-dessus.</p> <p>CONTACT :</p> <p>Jérémie HOARAU 0692 60 60 82 contact@atria.run</p>	<p>OBJECTIFS :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se repérer dans l'interface du gestionnaire de publicités Facebook ● Identifier son ciblage géographique et démographique ● Configurer son budget et son calendrier de diffusion ● Créer une audience similaire ● Identifier et appliquer les contraintes de formats des publicités sur Facebook ● Analyser les statistiques sur les retours de ses publicités <p>PROGRAMME :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Création du compte Facebooks Ads <ul style="list-style-type: none"> ● Concept et Structure des campagnes ● Gestionnaire de publicités ● Pixel et règles publicitaires ● Conception de la publicité <ul style="list-style-type: none"> ● Objectif publicitaires (sensibilisation, considération, conversion) ● Ciblage de l'audience ● Sélection du placement ● Budget et Calendrier <ul style="list-style-type: none"> ● Définition de budget ● Planification ● Enchères ● Gestion de la campagne <ul style="list-style-type: none"> ● Bonnes pratiques ● Choix du contenu et du format ● Intégration de contenu ● Diffusion programmée et réutilisation d'audience ● Analyse de la campagne et ROI <ul style="list-style-type: none"> ● Création des rapports de diffusion ● Suivi des KPI ● Optimisation des campagnes <p>En cas de distanciel, les participants doivent avoir accès à une connexion internet et être équipé pour permettre une écoute et de la prise de parole de qualité.</p> <p>MOYENS TECHNIQUES ET HUMAINS :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Formateur Professionnel : Jérémie HOARAU, certifié MOUS, 25 ans d'expérience - Consultant Klaxoon ● Licence Klaxoon et Padlet ● Salle banalisée comportant vidéoprojection et paperboard en cas de formation présentielle ● Possibilité de mettre à disposition des PC portables pour les stagiaires ● Utilisation de zoom en cas de formation distancielle <p>METHODES PEDAGOGIQUES MOBILISEES :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alternance de méthodes affirmatives, interrogatives et actives ● Ressources de type formatives, évaluatives, de synthèses, de soutien, de mémorisation... ● Utilisation de Padlet <p>MODALITES D'EVALUATION :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Des acquis <ul style="list-style-type: none"> ● Fiche de renseignements en amont et questions ● Evaluations formatives réalisées à l'aide de grilles critériées ; ● Attestation de fin de formation mentionnant l'atteinte des objectifs de la formation ● Evaluation différée ● Evaluation satisfaction ● Rédaction d'un bilan d'action remis au commanditaire en cas de formation intra-entreprise

Maj 01/11/2025