



Publicité Meta Ads – Facebook & Instagram

14 h ou 8 h – e-learning, présentiel ou visio – concevoir, lancer et optimiser des campagnes publicitaires performantes sur Facebook, Instagram, Messenger et WhatsApp.

Objectifs pédagogiques

- Concevoir, lancer et optimiser des campagnes publicitaires performantes sur Facebook, Instagram, Messenger et WhatsApp via Meta Ads Manager – du ciblage à l'analyse des performances.
- Exploiter les automatisations IA 2025, maîtriser le Pixel et l'API de conversion, et piloter son budget dans le respect du RGPD.

Programme détaillé – 14 heures (2 jours) – ou 8 heures en e-learning (40 % d'ateliers pratiques)

Jour 1 – Concevoir et lancer ses campagnes Meta Ads 7

h • dont ateliers pratiques

1. Introduction à Meta Ads & écosystème publicitaire

- Qu'est-ce que Meta Ads ? Du Business Manager à la Meta Business Suite 2025.
- Les plateformes : Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp.
- Formats publicitaires : image, carrousel, vidéo, stories, reels, lead forms.
- Nouveautés 2025 : IA pour la création, automatisations avancées, ciblage contextuel.

2. Définir ses objectifs & son ciblage

- Notoriété, considération ou conversion – choisir le bon objectif.
- Ciblage démographique, géographique et comportemental.
- Audiences personnalisées (clients existants, visiteurs du site web).
- Atelier pratique : créer une audience similaire (lookalike) ciblée.

3. Création des annonces & copywriting

- Copywriting publicitaire : titres, accroches et CTA percutants.
- Visuels et vidéos : bonnes pratiques de design Meta.
- A/B testing : tester et comparer plusieurs versions d'une annonce.
- Atelier pratique : rédiger et concevoir une publicité Instagram.

4. Configurer et lancer sa première campagne

- Structure d'une campagne : campagne / ensemble de publicités / annonce.
- Paramétrage des placements (automatique ou manuel) et du calendrier.
- Mise en ligne : validation et règles de modération Meta.
- Atelier pratique : lancer une campagne de A à Z en conditions réelles.

Jour 2 – Mesurer, optimiser et automatiser 7 h • dont projet

fil rouge

5. Budget, enchères & suivi des performances

- Définir son budget quotidien ou global – système d'enchères Meta.
- Les KPI clés : CTR, CPC, CPM, ROAS – utiliser l'Ads Manager.
- Lecture et personnalisation des tableaux de bord.
- Cas pratique : analyser les résultats d'une campagne réelle.

PUBLIC CONCERNÉ

Dirigeants, responsables et assistants marketing, indépendants, artisans et commerçants ; community managers, chargés de communication et toute personne souhaitant acquérir des clients via Meta.

PRÉ-REQUIS

Disposer d'un compte Facebook/Instagram et d'une page entreprise ; aucune expérience en publicité digitale requise. Être à l'aise avec la navigation web et disposer d'un ordinateur connecté.

DURÉE & ORGANISATION

14 heures (2 jours consécutifs ou espacés) en présentiel ou visio, ou 8 heures en e-learning. Effectif : 1 à 12 participants.

MODALITÉ

E-learning, présentiel (vos locaux) ou classe virtuelle (visio) avec outils interactifs ; 40 % d'ateliers pratiques.

TARIF & FINANCEMENT

Sur devis. Finançable OPCO / France Travail (selon éligibilité) ou à titre individuel.

DÉLAI D'ACCÈS

Inscription jusqu'à 5 jours ouvrés avant le début de la session (présentiel / visio) ; accès immédiat en e-learning.

CONTACT & INSCRIPTION

info@oxyformation.fr · 01 83 43 92 38 ·
www.oxyformation.fr · Devis & étude de financement.



Publicité Meta Ads – Facebook & Instagram (suite)

6. Pixel Meta & API de conversion

- ▶ Rôle du Pixel Meta dans le suivi des conversions.
- ▶ Installation du Pixel et de l'API de conversion (Conversions API).
- ▶ Événements standards et personnalisés, suivi multi-appareils.
- ▶ Atelier pratique : paramétrer un événement de conversion.

7. Optimisation & A/B testing avancé

- ▶ Identifier les campagnes rentables et ajuster le ciblage en continu.
- ▶ Optimiser le budget : CBO (budget au niveau de la campagne).
- ▶ Lutter contre la fatigue publicitaire : renouvellement des créations.
- ▶ Atelier pratique : optimiser une campagne sous-performante.

8. Conformité, IA & projet fil rouge

- ▶ Règles Meta, RGPD et gestion des données utilisateurs.
- ▶ IA générative et publicités automatiques de Meta (Advantage+).
- ▶ Place de Meta Ads face à TikTok Ads et Google Ads en 2025.
- ▶ Projet fil rouge : présenter une stratégie de campagne complète et son plan d'optimisation.

Organisation pédagogique

Moyens & méthodes pédagogiques

Formateur expert en marketing digital et publicité Meta. Alternance théorie / pratique fortement orientée atelier : démonstrations en direct dans l'Ads Manager, ateliers guidés sur compte de test, études de cas de campagnes réelles (anonymisées). Supports et ressources remis aux participants.

Moyens de suivi & modalités d'évaluation

Positionnement initial, évaluation continue (ateliers et projet fil rouge) et évaluation finale (présentation d'une stratégie de campagne). Attestation de fin de formation précisant les acquis.

Profil des formateurs

Formateurs experts du marketing digital et de la publicité en ligne, justifiant d'une expérience professionnelle significative. CV et qualifications disponibles sur demande.

COMPÉTENCES VISÉES

Comprendre l'écosystème Meta Ads (Business Suite 2025) ; définir un objectif publicitaire ; construire des audiences (démographiques, personnalisées, similaires) ; rédiger accroches et créer visuels/vidéos ; mettre en place l'A/B testing ; installer le Pixel et l'API de conversion ; piloter budget, enchères et KPI (CTR, CPC, CPM, ROAS) ; optimiser en continu ; respecter les règles Meta et le RGPD.

ACCESSIBILITÉ – SITUATION DE HANDICAP

Formation accessible aux personnes en situation de handicap. Un référent handicap étudie avec vous les adaptations nécessaires – nous contacter.

VALIDATION

Attestation de fin de formation précisant les acquis. Sans certification (montée en compétences).