



APT FORMATION
APPRENDRE POUR TOUS

Durée : De 7 à 14 heures

Lieu : Dans l'entreprise ou en Distanciel

Profil des stagiaires :

- Responsables marketing / communication
- Community managers débutants ou confirmés
- Entrepreneurs, indépendants, commerçants, dirigeants TPE/PME
- Toute personne souhaitant exploiter Meta pour sa communication digitale et sa publicité en ligne

Pré-requis :

- Maîtriser les bases de l'ordinateur et de la navigation internet
- Disposer d'un compte Facebook/Instagram (ou en créer un au début de la formation)
- Avoir un projet professionnel ou une activité à promouvoir (recommandé)

ORGANISATION DE LA FORMATION

Equipe pédagogique

- Formateurs expérimentés

Moyens pédagogiques et techniques

- ordinateurs connectés, comptes Meta, support pédagogique PDF, outils créatifs (Canva).

Dispositif de suivi de l'exécution de l'évaluation des résultats de la formation

- Emargements
- Questions orales et écrites (QCM)
- quiz de connaissances + évaluation pratique via création d'une campagne publicitaire.

META

"Développer sa visibilité et sa performance avec Meta (Facebook & Instagram)"



Objectifs pédagogiques

- Comprendre les enjeux et l'écosystème Meta (Facebook + Instagram).
- Créer et optimiser une page Facebook professionnelle et un compte Instagram.
- Définir une stratégie éditoriale adaptée à sa cible.
- Produire des contenus attractifs et engageants (posts, stories, reels).
- Mettre en place des campagnes publicitaires avec Meta Ads Manager.
- Analyser les performances et ajuster ses actions grâce aux statistiques (Insights, Ads Manager).

CONTENU DE LA FORMATION

1 – Les bases et la communication organique

- Présentation de l'écosystème Meta : Facebook, Instagram, Messenger, WhatsApp
- Création / optimisation d'une page professionnelle Facebook et d'un profil Instagram Business
- Paramétrages essentiels (Meta Business Suite, sécurité, droits d'administration)
- Définir sa cible et construire ses personas
- Élaborer une stratégie éditoriale : ton, fréquence, formats

👉 Atelier pratique : création ou optimisation d'une page Facebook + compte Instagram

- Découverte des formats : publications, stories, reels, événements, carrousels
- Techniques de rédaction de posts engageants (visuels + copywriting)
- Utilisation de Canva ou Creator Studio pour créer des visuels adaptés
- Bonnes pratiques pour booster l'engagement organique (hashtags, timing, interactions)
-

👉 Atelier pratique : créer un calendrier éditorial avec 3 posts test

2 – La publicité Meta et l'analyse des résultats

- Introduction à Meta Ads Manager
- Structure d'une campagne : objectifs (notoriété, trafic, conversion, fidélisation)
- Définir son audience (ciblage socio-démographique, centres d'intérêts, audiences personnalisées)
- Budget, enchères et planification des campagnes
- Formats publicitaires disponibles : image, vidéo, carrousel, collection

👉 Atelier pratique : création d'une campagne publicitaire test avec Ads Manager

- Suivi et analyse des campagnes : KPI, indicateurs clés (CTR, CPC, CPA, ROAS)
- Lecture des statistiques dans Meta Business Suite et Ads Manager
- Ajuster et optimiser ses campagnes (A/B testing, segmentation, retargeting)
- Intégration du Pixel Meta pour le suivi des conversions sur site web
- Élaboration d'un mini-plan d'action Meta adapté à son activité

👉 Atelier final : simulation complète → mise en place d'une campagne et analyse de résultats fictifs