

FORMATION Media Buying

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

- Comprendre les fondamentaux de l'achat média digital
- Savoir configurer des campagnes performantes sur les principales plateformes publicitaires
- Maîtriser le ciblage, le budget et l'optimisation en fonction des objectifs marketing
- Analyser les résultats et ajuster les leviers pour maximiser le ROAS

DURÉE DE LA FORMATION

2 jours (14 heures)

PUBLIC VISÉ

Professionnels du marketing digital et de la publicité en ligne

PRÉ-REQUIS

Aucun

DÉLAIS D'ACCÈS

Admissibilité sur dossier et échange avec l'équipe Experience : réponse sous 48 heures

TARIF

- Formation inter-entreprise : 1 680 euros HT par personne
- Formation intra / sur mesure : sur devis

PROGRAMME DÉTAILLÉ

- Introduction au media buying
 - Définition, enjeux et place dans le marketing mix
 - Paid media vs owned vs earned media
 - Panorama des plateformes (Meta, Google, TikTok, LinkedIn, Display...)
- Création de campagnes publicitaires
 - Définir les objectifs : notoriété, trafic, conversions
 - Choix des canaux selon les cibles
 - Structure d'une campagne : budget, formats, audiences, placements
- Ciblage et stratégies d'enchères
 - Segmentation, audiences personnalisées, lookalike
 - Ciblage contextuel, comportemental, intentionniste
 - CPC, CPM, CPA : comprendre les différents modèles
- Création des assets publicitaires
 - Rédaction d'accroches efficaces
 - Formats visuels : carrousels, vidéos courtes, stories, bannières
 - Tests A/B, respect des guidelines des plateformes
- Pilotage et optimisation
 - Suivi des KPIs : CTR, impressions, ROAS, conversions
 - Utilisation des pixels et événements de conversion
 - Optimisations budgétaires et créatives
- Atelier de mise en pratique
 - Création d'une campagne multi-plateformes
 - Paramétrage des audiences et tests
 - Analyse des performances et recommandations



DÉBOUCHÉS, PASSERELLES ET SUITES DE PARCOURS

À l'issue de la formation, les apprenants pourront mettre en œuvre des campagnes publicitaires ciblées et performantes, optimiser leurs investissements en media buying et analyser leurs retombées selon leurs objectifs de marque.

MÉTHODES, MOYENS PÉDAGOGIQUES ET ENCADREMENT

- Animation des formations par des professionnels du digital activité
- Méthodes pédagogiques variées et dynamiques (études de cas, ateliers et travaux)
- Encadrement individuel par l'équipe Experience

MOYENS POUR SUIVRE LA FORMATION

- Suite d'outils technologiques performants : Google Workspace for Education, Edusign...
- Cas pratiques sur des situations réelles d'entreprises

MOYENS D'ÉVALUATIONS

- Évaluation des acquis en fin de formation via un quizz ou un rendu de projet

RÉSULTATS ET INDICATEURS DE PERFORMANCES

- Taux de satisfaction en fin de formation : NA
- Taux de progression individuelle : NA

ACCESSIBILITÉ

Accessibilité des personnes en situation de handicap, RQTH, ou difficultés particulières, nous contacter pour organiser un entretien et vous proposer un programme adapté à vos besoins : handicap@crews-education.com

Accessibilité des publics internationaux, nous contacter : international@crews-education.com

CONTACTS

- Par téléphone : +33(0)4 80 81 94 50
- Par WhatsApp : +33(0)7 56 10 93 20
- Par email : contact@crews-education.com