Maîtriser Meta (Facebook & Instagram) en 1 jour

Marketing Digital - Communication - 2026

La formation en résumé

Avec plus de 3 milliards d'utilisateurs actifs, **Facebook et Instagram** sont des outils indispensables pour les TPE et PME qui souhaitent accroître leur visibilité et toucher de nouveaux clients. Grâce à notre formation, apprenez à exploiter tout le potentiel de ces plateformes pour booster votre communication digitale. Vous découvrirez comment créer des **contenus engageants**, bâtir une communauté fidèle, et maximiser l'impact de vos publications. De plus, vous serez initié à la publicité en ligne avec **Meta Ads**, un levier puissant pour cibler précisément votre audience et générer des conversions à moindre coût.

Objectifs :

De la création de contenu à Meta Ads

- Savoir se positionner en tant qu'entreprise sur Instagram et Facebook
- Connaître les spécificités de la plateforme, ses fonctionnalités et les différents formats de contenus
- Mettre en place un compte publicitaire

Participants :

Chargée de communication, chef de projet Web, Responsable Webmarketing, Assistante communication, Personnes se préparant à la prise de fonction de Community Manager ou souhaitant élargir ses compétences sur les missions liées à la fonction de Community Manager

Prérequis :

- Connaitre le fonctionnement des réseaux sociaux et savoir publier

535 €

(non assujetti à la TVA)

1 jours

(7 heures)

Dates et villes

À distance -

Sessions à venir - Nous contacter

Lyon - 04 72 53 88 00

- 26/03
- 04/06
- 12/10
- 14/12
- 09/06
- 03/02
- 06/10

Saint-Etienne - 04 77 49 24 66

Sessions à venir - Nous contacter

Roanne - 04 77 44 54 69

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

Facebook : enjeux et objectifs (B2C et B2B)

- Cas d'études et pages à succès
- Comprendre l'algorithme de la plateforme
- Les meilleurs outils et méthodologies pour performer sur Facebook
- Optimiser une page entreprise adaptée à ses objectifs (contenus, habillage graphique de la page entreprise)
- Analyser les statistiques principales d'une page Facebook

Instagram : connaître les spécificités de la plateforme, ses fonctionnalités et les différents formats de contenus

- Instagram : enjeux et objectifs (B2C et B2B)
- Cas d'études et pages à succès
- Comprendre l'algorithme de la plateforme
- Les meilleurs outils et méthodologies pour performer sur Instagram
- Optimiser une page entreprise adaptée à ses objectifs (contenus, habillage graphique de la page entreprise)
- Analyser les statistiques principales d'une page Instagram
- Stratégie d'influence marketing

Savoir gérer l'E- réputation

- Les bases de l'E-reputation
- Mettre en place sa veille
- Conseils, meilleures pratiques et études de cas sur la gestion des commentaires

Création d'une campagne publicitaire sur Meta

- Fonctionnement du business Manager Facebook.
- Définir les objectifs de la campagne
- Les différents formats de publicités
- Les différents types de ciblage avec la création d'audiences cibles
- Créer sa première campagne publicitaire
- Mesurer les performances de ses campagnes

Moyens pédagogiques et d'encadrement

Moyens pédagogiques et d’encadrement :

Formation interentreprises avec alternance d'apports théoriques et pratiques.

Pédagogie active : Echanges, analyses de pratiques, mises en situation, cas réels d'entreprises, jeux

Support de formation et ressources mis à disposition des participants.

Groupe de 3 à 12 participants maximum.

Formation animée par un de formateur expert du domaine sélectionné selon un processus qualité certifié.

Suivi et évaluation de la formation :

Les acquis sont évalués en cours et en fin de formation notamment au travers de QCM, mises en situations, mise en pratiques, présentations… Qui feront l’objet d’une analyse/correction et d’un retour du formateur.

Une évaluation de satisfaction est complétée par les participants et un tour de table collectif est réalisé avec le formateur en fin de formation.

Matériel requis (si distanciel) :

Un ordinateur avec une connexion à Internet haut débit

Un microphone et une caméra pour faciliter les échanges en temps réel lors des classes virtuelles

Une adresse mail pour la réception des liens de connexion