Institut du Tourisme
Fédération des offices de tourisme de Bretagne

Programme de Formation

Publicité en ligne (SEA) : créer et optimiser vos campagnes Google Ads et Meta

Organisation

Durée : 14 heures

Mode d'organisation : Mixte

Contenu pédagogique

Public visé

Responsable projet en capacité d'initier et développer les pratiques digitales au sein de l'établissement. Acteur du tourisme en charge de communication

Objectifs pédagogiques

Découvrir les principaux outils et plateformes de publicité en ligne.

S'initier à la création de campagnes Google Ads et Meta, de la mise en place des paramètres de diffusion au ciblage d'audience.

Comprendre les meilleures pratiques pour gérer les budgets et suivre les résultats pour un impact maximisé.

Explorer les techniques de ciblage avancé pour mieux atteindre votre audience.

Analyser et ajuster vos campagnes pour une performance optimisée.

Description

Ce que cette formation vous apporte

- Découvrir les principaux outils de publicité en ligne
- Créer une campagne : paramètres de diffusion et ciblage d'audience
- Suivre et optimiser vos résultats

Ce qui fait la différence

Une formation de l'Institut du Tourisme de Bretagne, organisme de formation de la Fédération des Offices de Tourisme de Bretagne (certifié Qualiopi), conçue pour les équipes des offices de tourisme. Des contenus et des exemples issus du tourisme, pour repartir avec des publications utilisables dès le lendemain.

Que vous débutiez ou que vous souhaitiez perfectionner vos compétences, cette formation vous offre toutes les clés pour concevoir des campagnes percutantes sur les plateformes phares que sont **Google Ads** et **Meta (Facebook Ads)**. Vous apprendrez à maîtriser les bases, à paramétrer chaque aspect de vos campagnes et à maximiser leur retour sur investissement.

Cette formation allie apprentissage collectif et une prise en compte de votre environnement de travail pour un suivi sur-mesure. Vous bénéficierez d'un encadrement personnalisé, visant des résultats concrets et parfaitement alignés sur votre activité.

Contenu :

Présentation des principaux outils et opérateurs de publicitaires en ligne : Identifier et décrire les outils et opérateurs de régies publicitaires

La régie publicitaire Google Adwords :

- Organisation du compte et découpage thématique
- Choix des réseaux, objectifs, ciblage, budget, enchères, mots clés, calendrier, création des assets, les extensions d'annonces
- S'inspirer avec le centre de transparence publicitaire
- Les stratégies d'audiences

La régie publicitaire Meta :

- Les paramétrages du business manager (installation du pixel, validation du nom de domaine, accès administrateurs, paramétrage du compte publicitaire)
- Choisir les réseaux de diffusion, objectifs, ciblage, budget, enchères
- Surveiller et s'inspirer avec la bibliothèque de publicité méta
- Les stratégies d'audiences enregistrées, personnalisées et similaires
- Analyser et améliorer ses résultats de campagne

Bilan et suite à donner :

- Création d'une stratégie et de campagnes publicitaires sur la régie Google Ads/ou analyse des résultats d'une campagne
- Création d'une stratégie et de campagnes publicitaires sur Meta Ads/ou analyse des résultats d'une campagne

Prérequis

Débutant / intermédiaire
Savoir se servir d'un ordinateur et naviguer sur internet.
Être équipé d'un ordinateur, pouvoir accéder à Internet et à ses mails lors de la formation.

Modalités pédagogiques

Accueil en présentiel dans une salle dédiée – Les apprenants bénéficient d'un environnement propice à l'apprentissage.

Formation prévue pour un groupe de 4 à 8 personnes.

Mise à disposition en ligne de documents – Accès à des ressources pédagogiques après la formation pour un apprentissage continu.

Moyens et supports pédagogiques

Documents supports de formation – Matériel de formation projeté durant les sessions ;

Supports de formation en ligne – Accès à des ressources pour approfondir les connaissances après la formation ;

Alternance d'exposés participatifs et d'exercices pratiques et projets collectifs – Les participants mettent en pratique leurs connaissances à travers des exercices.

Modalités d'évaluation et de suivi

Feuilles de présence – Suivi de la participation des stagiaires ;

Questions orales ou écrites – Des QCM seront utilisés pour évaluer les connaissances ;

Questionnaire de positionnement – Évaluation diagnostic avant la validation de l'inscription ;

Formulaires d'évaluation – Un questionnaire de satisfaction à chaud et une évaluation sommative pour suivre la progression des compétences ;

Certificat de réalisation – Délivrance d'un certificat à la fin de la formation.

Informations sur l'admission

Renseigner le questionnaire de positionnement

Délais d'accès

- **Formations INTER (catalogue)** : inscription possible jusqu'à 10 jours ouvrés avant le début de la session, dans la limite des places disponibles. Vous recevez sous 48 h un accusé de réception, puis

la convention, le questionnaire de positionnement et la convocation.

- **Formations INTRA / sur mesure** : après un entretien d'analyse du besoin, la formation peut démarrer sous 4 à 8 semaines.
- **Prise en charge OPCO (AFDAS…)** : nous vous conseillons de déposer votre demande au moins 3 semaines avant le début de la formation.

Informations sur l'accessibilité

L'accessibilité des locaux est garantie pour le public en situation de handicap, y compris pour les **personnes à mobilité réduite**. Les moyens techniques et pédagogiques peuvent être adaptés au public en situation de handicap.

Modalités à indiquer lors de l'inscription et définies en amont de la formation en envoyant un message à : contact@institut-tourisme.bzh