

FORMATION MÉDIA

# Meta Ads Avancée

Scaling, stratégie créative, audiences, tracking et  
pilotage rentable.

Version n°1 du 01 mars 2026.  
Durée de validité : 1 an renouvelable

Durée

**1 journée (7h)**

Tarif

**1 500€<sup>HT</sup> / session**

Effectif

**1 à 8 participants**

Modalité

**Présentiel ou  
distanciel synchrone**

Formateur



Consultant expert

Accessibilité

**Accessible aux personnes  
en situation de handicap**

[Contactez-nous](#) pour adapter les modalités.

## PUBLIC VISÉ

Responsables acquisition

Social Ads Managers

Traffic managers

## PRÉREQUIS

- Avoir déjà géré activement des campagnes Facebook et/ou Instagram Ads
- Maîtriser les bases : Business Manager, structure campagne / ensemble / annonce, budgets, placements et objectifs
- Avoir un tracking de conversions en place ou à auditer (Pixel Meta, API Conversions, GA4 ou GTM)
- Connaissance des indicateurs clés : CPM, CTR, CPC, taux de conversion, CPA, CAC et ROAS

## OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le participant sera capable de :

- ✓ Choisir une architecture de compte adaptée au tunnel, au volume de données et à la phase d'apprentissage
- ✓ Piloter les objectifs et événements d'optimisation : Leads, Ventes, Advantage+ Shopping, ROAS ou coût par résultat
- ✓ Construire une stratégie d'audiences avancée : broad, retargeting, lookalikes, listes clients et exclusions
- ✓ Structurer un système de tests créatifs : angles, hooks, formats vidéo, UGC, statiques, preuves et offres
- ✓ Fiabiliser la mesure avec Pixel Meta, API Conversions, UTMs, GA4 et lecture critique de l'attribution Meta
- ✓ Conduire un audit de compte Meta Ads et prioriser les leviers d'amélioration à fort impact

## MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques illustrés par des cas concrets et ateliers pratiques



Ateliers d'audit et d'optimisation sur compte réel ou anonymisé.



Échanges et retours d'expérience entre participants.



Support de formation remis à chaque participant

## TARIFS

Tous nos tarifs sont indiqués en euros HT. Un devis personnalisé peut être établi sur demande.

**Le tarif de cette formation est de 1 500 € HT par session.**

## MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Le règlement s'effectue par virement bancaire à réception de la facture émise à l'issue de la formation. Un acompte de 30 % peut être demandé à la signature de la convention de formation.

## DÉLAI D'ACCÈS

Le délai d'accès entre la demande du bénéficiaire et le début de la prestation est estimé **entre 1 et 2 semaines** selon la nature de la formation, les disponibilités et le mode de financement retenu.

Le délai d'accès (Rétractation) est porté à 14 jours (article L.121-16 du Code de la consommation) pour les contrats conclus « à distance » et les contrats conclus « hors établissement ». Pour du présentiel, le délai d'accès (Rétractation) 10 jours selon l'article L.6353-5 du Code du Travail.

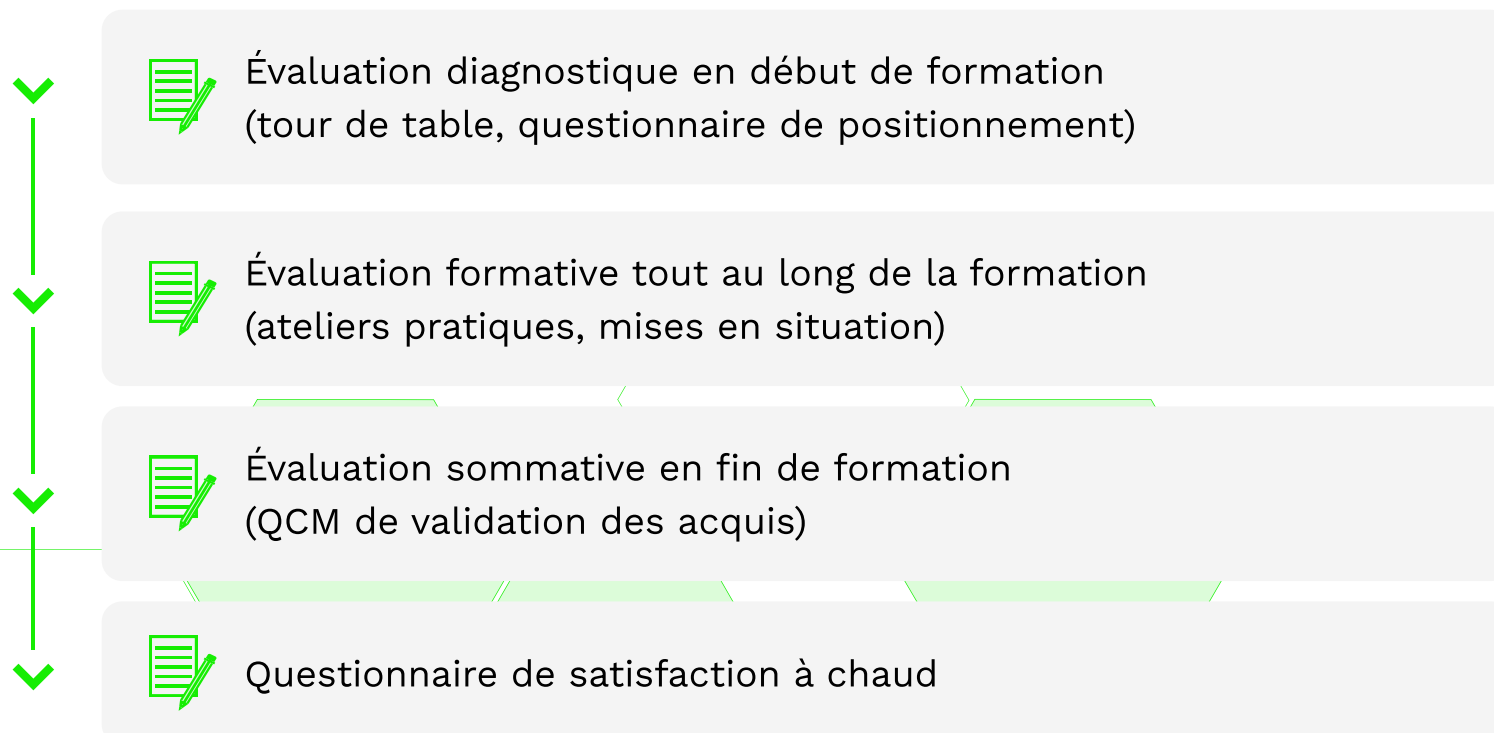
## ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Pour toutes nos formations, nous réalisons des études préalables à la formation pour adapter les locaux, les modalités pédagogiques et l'animation de la formation en fonction de la situation de handicap annoncée. Le DUERP (document unique d'évaluation des risques professionnels) du client s'applique à la formation.

En fonction des demandes, nous mettrons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés.

Référent Handicap : Quentin Benoliel - [quentin.benoliel@junto.fr](mailto:quentin.benoliel@junto.fr)

## MODALITÉS D'ÉVALUATION



## MOYENS D'ENCADREMENT



### Profil du formateur

Consultant(e) senior en stratégie Paid Social et Meta Ads, avec une expertise en acquisition, stratégie créative, mesure de la performance et optimisation orientée rentabilité.



### Expérience

8 ans minimum d'expérience en pilotage de campagnes Facebook et Instagram Ads pour PME, ETI, e-commerce et lead generation. Gestion de budgets de test comme de budgets mensuels significatifs, avec enjeux de CAC, ROAS et marge.



### Compétences techniques

Expertise Meta Business Manager, Ads Manager, Pixel Meta, API Conversions, catalogues produits, Advantage+ Shopping, audiences first-party, tests créatifs, GA4, GTM, UTMs et dashboards de performance.



### Compétences distanciel

Maîtrise des outils de visioconférence (Zoom, Teams, Google Meet), partage d'écran interactif, animation à distance, gestion de breakout rooms pour les ateliers pratiques.



### Contact formateur

Le formateur est joignable par email à **[formation@junto.fr](mailto:formation@junto.fr)** avant, pendant et après la formation.

- Pendant la formation : disponible en continu.
- Après la formation : disponible par email du lundi au vendredi, 9h–18h, pendant 30 jours pour les questions de mise en pratique.

| Module                                             | Titre de la séquence                                     | Contenu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Modes pédagogiques                                                            |
|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| <div>MODULE 1</div> <div>Matin</div> <div>2h</div> | Architecture de compte, algorithme et apprentissage Meta | <div><div>✓</div> Architecture campagne / ensemble / annonce</div> <div><div>✓</div> Choix des objectifs : ventes, leads, trafic qualifié, notoriété</div> <div><div>✓</div> CBO vs ABO, Advantage Campaign Budget, limites de budget et arbitrages en phase de test</div> <div><div>✓</div> Phase d'apprentissage</div> <div><div>✓</div> Advantage+ Shopping et automatisation : cas d'usage, garde-fous, exclusions et lecture des résultats</div> <div><div>✓</div> Méthode de bascule test &gt; scale : seuils de décision, incréments de budget et protection du CPA cible</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <div>Exposé interactif</div> <div>Étude de cas</div> <div>Synchrone</div>     |
| <div>MODULE 2</div> <div>Matin</div> <div>2h</div> | Audiences, stratégie créative et formats de conversion   | <div><div>✓</div> Audiences broad, intérêts, lookalikes et custom audiences</div> <div><div>✓</div> Retargeting avancé : visiteurs, engageurs, vues vidéo, paniers, clients, fenêtres de récence et exclusions</div> <div><div>✓</div> Catalogue et dynamic product ads : flux, ensembles de produits, cross-sell, upsell et relance panier</div> <div><div>✓</div> Création publicitaire : hooks, preuve sociale, UGC, offre, bénéfice, angle problème-solution et fatigue créative</div> <div><div>✓</div> Formats et placements : Reels, Stories, Feed, Advantage+ placements, contraintes créatives et adaptations</div> <div><div>✓</div> Analyse des rapports : breakdowns, fréquence, CPM, CTR sortant, taux de conversion, ROAS et qualité de trafic</div> <div><div>✓</div> Pilotage à la marge</div> <div><div>✓</div> Atelier pratique : construire une matrice de tests créatifs priorisée par hypothèses business</div> | <div>Démonstration</div> <div>Atelier collaboratif</div> <div>Synchrone</div> |

PROGRAMME DÉTAILLÉ

| Module                                                  | Titre de la séquence                            | Contenu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Modes pédagogiques                                                                |
|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| <div>MODULE 3</div> <div>Après-midi</div> <div>2h</div> | Mesure avancée, attribution et scaling rentable | <div><div>✓</div>Méthode d'audit Meta Ads</div> <div><div>✓</div>Pixel Meta et API Conversions : déduplication, qualité de correspondance, priorisation des événements et QA</div> <div><div>✓</div>Attribution Meta vs GA4 : comprendre les écarts, lire les fenêtres d'attribution et éviter les mauvaises décisions</div> <div><div>✓</div>Plan d'optimisation : couper, itérer, isoler, relancer ou scaler selon les signaux créatifs et business</div> <div><div>✓</div>Construction d'un tableau de bord relié à Meta, GA4 et CRM pour suivre CAC, ROAS, leads qualifiés et marge</div> | <div>Atelier collaboratif</div> <div>Échange collectif</div> <div>Synchrone</div> |
| <div>SYNTHÈSE</div> <div>Après-midi</div> <div>1h</div> | Synthèse & plan d'action                        | <div><div>✓</div>Récapitulatif des acquis de la journée</div> <div><div>✓</div>Ébauche de plan d'optimisation personnalisé : quick wins, tests créatifs et chantiers tracking</div> <div><div>✓</div>Prochaines étapes concrètes et ressources avancées : Meta Blueprint, bibliothèque publicitaire, CAPI Gateway</div>                                                                                                                                                                                                                                                                       | <div>Échange collectif</div> <div>Synchrone</div>                                 |



## CONTACT & INSCRIPTION

**Junto** — Agence Paid Media

Organisme de formation — Déclaration d'activité en cours

✉ [formation@junto.fr](mailto:formation@junto.fr)

La prise de rendez-vous pour procéder à l'inscription s'effectue via le formulaire disponible sur la page Formation sur [junto.fr/formations](https://junto.fr/formations)