

FORMATION MÉDIA

LinkedIn Ads

Publicité BtoB sur LinkedIn

Ciblage professionnel, formats publicitaires, Lead Gen Forms, Insight Tag et optimisation du coût par lead B2B.

Durée

1,5 jour (10h30)

Tarif

1 950€^{HT} / 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 Marketing

Directeurs Commerciaux

Traffic managers

Chefs de projet

PRÉREQUIS

- **Niveau Fondamentaux** : disposer d'une page entreprise LinkedIn active et d'un accès au Campaign Manager (compte créé ou à créer).
Notions de base en marketing B2B recommandées.
- **Niveau Avancé** : avoir géré activement des campagnes LinkedIn Ads pendant au moins 3 mois.
Connaissance des notions de CPM, CPC, taux de conversion et lead nurturing.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

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

- ✓ Comprendre l'écosystème LinkedIn Ads et son positionnement dans une stratégie de génération de leads B2B.
- ✓ Naviguer dans Campaign Manager et structurer un compte de manière efficace.
- ✓ Exploiter les options de ciblage professionnel de LinkedIn.
- ✓ Choisir le bon format publicitaire selon l'objectif.
- ✓ Paramétrer le tracking online et offline et mesurer les conversions sur votre site et dans votre CRM.
- ✓ Piloter et optimiser les performances.
- ✓ Construire une stratégie full-funnel LinkedIn Ads adaptée à son cycle de vente B2B.

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES



Apports théoriques illustrés par des cas concrets et ateliers pratiques



Ateliers pratiques sur compte réel (cas concrets ou données du participant).



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 1950 € HT par session pour 8 personnes maximum.

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.

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 mettons tout en œuvre pour nous tourner vers les partenaires spécialisés.

Référent Handicap : Quentin Benoliel - quentin.benoliel@junto.fr

MODALITÉS D'ÉVALUATION



Évaluation diagnostique en début de formation
(tour de table, questionnaire de positionnement)



Évaluation formative tout au long de la formation
(ateliers pratiques, mises en situation)



Évaluation sommative en fin de formation
(QCM de validation des acquis)



Questionnaire de satisfaction à chaud

MOYENS D'ENCADREMENT



Profil du formateur

Consultant(e) senior en stratégie LinkedIn Ads et paid media B2B, avec une expertise sur l'ensemble des formats publicitaires LinkedIn (Sponsored Content, Message Ads, Dynamic Ads, Lead Gen Forms) et une vision transverse orientée génération de leads qualifiés et ROI.



Expérience

10 ans minimum d'expérience en pilotage de campagnes paid media B2B, dont LinkedIn Ads comme levier central. Gestion de budgets mensuels de 2 000 € à 200 000 €. Interventions auprès de PME, ETI et cabinets de conseil dans des secteurs variés (SaaS, services professionnels, industrie, RH, finance).



Compétences techniques

Expertise en stratégie de ciblage LinkedIn (job title, seniority, company size, skills, audiences matched), formats d'annonces, Lead Gen Forms, Insight Tag, intégration CRM (HubSpot, Salesforce), optimisation du coût par lead et mesure de la performance B2B.



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 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.

PROGRAMME DÉTAILLÉ - NIVEAU FONDAMENTAUX (7H)

MODULE 1 L'écosystème LinkedIn Ads et positionnement stratégique **60 min**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Échange collectif Synchrone

- ✓ LinkedIn dans le paysage du paid media B2B : forces, limites et complémentarité avec Google Ads et Meta Ads
- ✓ Les spécificités de l'audience LinkedIn : 1 milliard de membres, données professionnelles first-party
- ✓ Le modèle d'enchères LinkedIn : CPM, CPC, CPV, CPL
- ✓ Structure d'un compte Campaign Manager : objectifs, groupes de campagnes, campagnes, annonces
- ✓ Panorama des objectifs disponibles : notoriété, considération, conversions
- ✓ Pourquoi le coût par clic est plus élevé sur LinkedIn, et comment le justifier par la qualité du lead

MODULE 2 Ciblage professionnel : la force de LinkedIn **1h30**

Modes pédagogiques : Exposé interactif Exercice pratique Synchrone

- ✓ Attributs de ciblage : intitulé de poste, fonction, ancienneté, secteur d'activité, taille d'entreprise, formation, compétences
- ✓ Audiences matched : retargeting site (Insight Tag), listes de contacts, listes d'entreprises (ABM)
- ✓ Audiences similaires (Lookalike) : logique et bonnes pratiques
- ✓ Exclusions : comment affiner le ciblage pour éviter la déperdition budgétaire
- ✓ Taille d'audience recommandée selon les objectifs et le budget
- ✓ Atelier pratique : construction de 3 segments de ciblage sur un cas concret B2B

PROGRAMME DÉTAILLÉ - NIVEAU FONDAMENTAUX (7H)

MODULE 3 Formats publicitaires et création d'annonces 1h

Modes pédagogiques : Atelier collaboratif Étude de cas Synchrone

- ✓ Sponsored Content (Single Image, Carousel, Video) : spécifications et bonnes pratiques créatives
- ✓ Lead Gen Forms : formulaires natifs LinkedIn — avantages, structure, champs personnalisés
- ✓ Message Ads et Conversation Ads : règles d'utilisation, limites légales (RGPD), taux d'ouverture
- ✓ Dynamic Ads (Spotlight, Follower) : personnalisation automatique
- ✓ Text Ads : cas d'usage limités et situations où ils restent pertinents
- ✓ Règles d'or du copywriting B2B sur LinkedIn : accroche, proposition de valeur, CTA
- ✓ Atelier pratique : rédaction et évaluation d'une annonce Sponsored Content + Lead Gen Form

MODULE 4 Insight Tag, tracking et mesure des conversions 1h

Modes pédagogiques : Démonstration Exercice pratique Synchrone

- ✓ Installation du tracking online et offline
- ✓ Paramétrage des événements de conversion (formulaire, page de remerciement, achat)
- ✓ Vérification du bon fonctionnement du tag et débogage
- ✓ LinkedIn Analytics : données démographiques des visiteurs du site (secteur, poste, entreprise)
- ✓ KPIs clés : CPL (coût par lead), CTR, taux de complétion du Lead Gen Form, fréquence
- ✓ Atelier pratique : vérification d'un tag Insight et paramétrage d'une conversion

PROGRAMME DÉTAILLÉ - NIVEAU FONDAMENTAUX (7H)

SYNTHÈSE

Synthèse niveau Fondamentaux et plan d'action

30 min

Modes pédagogiques :

Échange collectif

Synchrone

- ✓ Récapitulatif des acquis
- ✓ Checklist de lancement d'une première campagne LinkedIn Ads
- ✓ Prochaines étapes et ressources complémentaires



PROGRAMME DÉTAILLÉ - NIVEAU AVANCÉ (3H30)

MODULE 5 Stratégie full-funnel et Account-Based Marketing (ABM) 1h

Modes pédagogiques : Exposé interactif Étude de cas Synchrone

- ✓ Construction d'une stratégie full-funnel LinkedIn Ads : TOFU (notoriété), MOFU (engagement), BOFU (conversion)
- ✓ ABM sur LinkedIn : ciblage par liste d'entreprises, segmentation par tier, personnalisation des messages
- ✓ Séquençage des campagnes et gestion de la pression publicitaire (fréquence, cap d'exposition)
- ✓ Retargeting avancé : visiteurs du site, engagements vidéo, interactions avec les Lead Gen Forms
- ✓ Orchestration LinkedIn Ads + CRM + séquences email pour maximiser le taux de closing
- ✓ Atelier pratique : architecture d'une stratégie ABM pour un éditeur SaaS B2B

MODULE 6 Optimisation avancée des campagnes et réduction du CPL 1h20

Modes pédagogiques : Démonstration Atelier collaboratif Synchrone

- ✓ Audit de compte Campaign Manager : méthode et grille d'analyse
- ✓ Stratégies d'enchères : enchère manuelle vs automatique — quand passer à l'automatique
- ✓ Optimisation de la pertinence des annonces : score de pertinence, rotation créative, tests A/B
- ✓ Optimisation des Lead Gen Forms : réduction du nombre de champs, pré-remplissage, page de remerciement
- ✓ Analyse du rapport de démographie des leads : validation de la qualité du ciblage
- ✓ Intégration CRM : connexion native HubSpot/Salesforce, webhooks, sync automatique des leads
- ✓ Atelier pratique : audit d'une campagne existante et plan d'optimisation priorisé

PROGRAMME DÉTAILLÉ - NIVEAU AVANCÉ (3H30)

MODULE 7 Pilotage ROI et reporting pour les décideurs **40 min**

Modes pédagogiques : Échange collectif Synchrone

- ✓ Calcul du CPL réel et comparaison benchmark sectoriel
- ✓ Attribution multi-touch en B2B : rôle de LinkedIn dans le parcours d'achat long
- ✓ Construction d'un tableau de bord de pilotage (Looker Studio / LinkedIn Campaign Manager)
- ✓ Présentation ROI aux directions : comment valoriser des leads qualifiés vs volume
- ✓ Budgétisation et planification : saisonnalité B2B, événements sectoriels, cycles budgétaires

SYNTHÈSE Synthèse niveau Avancé et roadmap d'optimisation **20 min**

Modes pédagogiques : Échange collectif Synchrone

- ✓ Récapitulatif des acquis
- ✓ Ébauche de plan d'optimisation personnalisé
- ✓ Prochaines étapes concrètes



CONTACT & INSCRIPTION

Junto — Agence Paid Media

Organisme de formation — Déclaration d'activité en cours

La prise de rendez-vous pour procéder à l'inscription s'effectue via le formulaire disponible sur la page Formation sur juntto.fr/formations