PROGRAMME DE FORMATION

LinkedIn Ads : campagnes publicitaires B2B et génération de leads

Commerce, Marketing & Vente

RÉFÉRENCE	VERSION	ÉDITION	DOMAINE
WF-0500	V2026-006	3 novembre 2026	Commerce, Marketing & Vente

DURÉE	MODALITÉ	PROGRAMME	SANCTION
7 h	Distanciel asynchrone (e-learning)	2 modules 9 leçons	Attestation et certificat de réalisation

Objectifs pédagogiques

- Choisir un objectif de campagne et une structure de compte adaptés à un enjeu B2B.
- Construire une audience professionnelle précise (fonction, ancienneté, secteur, taille, entreprises ciblées) et des audiences de reciblage.
- Concevoir des publicités sponsorisées et un formulaire de génération de leads qui qualifient le contact.
- Fixer un budget, une stratégie d'enchères et un calendrier de diffusion cohérents avec l'objectif.
- Mesurer les conversions et le coût par lead qualifié, puis optimiser la campagne.

L'essentiel de la formation

Public visé

Marketeurs B2B, responsables commerciaux, consultants et dirigeants de PME qui vendent à des entreprises et veulent générer des contacts qualifiés par la publicité sur LinkedIn.

Prérequis

- Utiliser LinkedIn à titre professionnel (profil, page entreprise, publications).
- Connaître sa cible B2B (secteurs, fonctions, taille d'entreprise) ; WF-0493 ou une pratique équivalente est un atout.
- Disposer d'un ordinateur avec une connexion internet ; aucun compte publicitaire ni budget n'est nécessaire.

Modalités et déroulement

Formation à distance, en ligne, à rythme libre, organisée autour d'entreprises fictives (Maison Ardelle, torréfacteur artisanal avec boutique et vente en ligne ; Brévance, éditeur de logiciel B2B ; Atelier Solvène, institut de beauté de quartier — entreprises fictives, données fictives). Un test de positionnement ouvre le parcours. Chaque leçon associe une vidéo de démonstration, une fiche pratique à conserver et deux mises en pratique corrigées (simulations dans l'interface, plans de campagne, rédaction d'annonces, analyses de résultats) ; chaque module se clôt par un atelier de synthèse corrigé, une vidéo récapitulative et un quiz. Les manipulations se font dans des interfaces reconstituées de LinkedIn Campaign Manager, signalées comme simulations (aucun compte payant ni dépense publicitaire n'est nécessaire), puis, si l'apprenant le souhaite, sur son propre compte. Temps de formation réparti à environ 60 % de pratique, 30 % de démonstrations et d'apports, 10 % d'évaluation. Accompagnement par un formateur par messagerie (réponse sous 48 h ouvrées), correction individuelle des livrables sur demande.

Méthodes pédagogiques

- Positionnement en début de parcours
- Apports en vidéo : explications et démonstrations
- Exercices d'application et mises en pratique corrigées
- Production de livrables professionnels
- Atelier de synthèse en fin de module
- Quiz et QCM d'auto-évaluation
- Accompagnement et retours du formateur

Répartition du temps de formation : **19 %** théorique · **44 %** pratique · **37 %** évaluation

Moyens pédagogiques et techniques

- Plateforme de formation en ligne, accès individuel à distance
- Vidéos pédagogiques
- Fiches pratiques à conserver
- Quiz et exercices interactifs en ligne
- Correction des productions sur grille de critères
- Messagerie avec le formateur (réponse sous 48 h ouvrées)

Modalités d'évaluation

Positionnement initial (non éliminatoire) ; correction automatique ou sur grille critériée de chaque exercice ; atelier de synthèse corrigé et quiz à la fin de chaque module ; évaluation finale interne : conception d'une campagne de génération de leads complète en simulation (objectif, audience, formats, formulaire, budget, mesure) et analyse des résultats d'un mois fictif, corrigées sur grille, et questionnaire de 12 questions. Seuil de réussite interne : 70 % des critères. Une attestation de fin de formation précise les compétences évaluées ; aucune certification n'est délivrée.

Sanction

Une attestation de fin de formation et un certificat de réalisation sont remis au participant sous réserve de la réalisation du parcours.

Cette formation n'est pas présentée comme préparant à une certification enregistrée : elle ne comprend ni inscription ni présentation à des épreuves de certification, et n'ouvre droit à aucune délivrance de certification ni au financement par le CPF.

Modalités et délais d'accès

La demande d'inscription peut être effectuée par téléphone, par courrier électronique ou au moyen du formulaire en ligne.

Un entretien ou un questionnaire de positionnement permet de vérifier l'adéquation de la formation avec les besoins, le niveau initial et les prérequis du candidat.

L'inscription devient définitive après validation du dossier administratif, acceptation des documents contractuels et, le cas échéant, confirmation du financement.

Les accès à la plateforme sont généralement activés sous 48 à 72 heures ouvrées après validation complète du dossier.

Les formations à distance sont proposées en entrées et sorties permanentes, sous réserve des délais ou dates imposés par le financeur ou le certificateur.

Accessibilité aux personnes en situation de handicap

Vidéos sous-titrées et transcrites, fiches pratiques et corrigés en version texte lisible par les lecteurs d'écran, tableaux fournis aussi en format tableur accessible, navigation au clavier, rythme libre et durée allongeable pour les exercices chronométrés. Référent handicap joignable à handicap@will-formation.com pour étudier toute adaptation (durée, supports, outils, modalités d'évaluation).

Tarif de la formation

Prix : **730 €**

Financement : prise en charge possible par les organismes financeurs, selon les critères d'éligibilité applicables.

Qualiopi processus certifié

La certification qualité a été délivrée au titre de la catégorie d'action suivante : ACTIONS DE FORMATION. Certificat QUA25070009. WILL FORMATION — Société par actions simplifiée à associé unique au capital de 30 000 € — NDA 11757059675 (cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État) — SIRET 893 713 180 00014 — 01 85 09 25 99 — info@will-formation.com — www.will-formation.com

Programme détaillé

2 modules, 9 leçons — durée totale 7 h.

01 Concevoir une campagne LinkedIn Ads

1. Positionnement — publicité LinkedIn
2. Structurer son compte et choisir l'objectif
3. Cibler une audience professionnelle
4. Concevoir publicités et formulaire de génération de leads
5. Atelier de synthèse — Concevoir une campagne LinkedIn Ads

02 Piloter, mesurer et optimiser

1. Fixer budget, enchères et calendrier
2. Mesurer les conversions et le lead qualifié
3. Analyser et optimiser une campagne
4. Atelier de synthèse — Piloter, mesurer et optimiser