

Day Trading Attention : allouer le budget social media là où l'attention du consommateur se trouve aujourd'hui

Lien : https://maroc-performance.com/formation/day-trading-attention-allouer-le-budget-social-media-la-ou-lattention-du-consommateur-se-trouve-aujourdhui

DURÉE
4 jours (28h)

RÉFÉRENCE
MAR134

CATÉGORIE
Social Media, Influence & Creator Economy

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les mécanismes de l’économie de l’attention et leur impact sur les stratégies Social Media
- Savoir identifier les plateformes et formats captant réellement l’attention des audiences cibles
- Construire une cartographie dynamique des comportements et usages des consommateurs
- Exploiter les données et signaux de marché pour détecter les déplacements de l’attention
- Maîtriser les principes d’allocation et de réallocation dynamique des budgets Social Media
- Optimiser les formats et créations publicitaires en fonction des performances d’attention et de conversion
- Mettre en place une démarche Test & Learn permettant d’identifier rapidement les nouveaux relais de croissance
- Piloter le ROI, le ROAS et la performance globale des investissements Social Media afin d’allouer le budget là où l’attention et la valeur business sont les plus fortes

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables stratégie digitale
- Responsables Social Media, Social Ads et acquisition digitale
- Media Planners, Media Buyers et responsables performance marketing
- Growth Managers et responsables Growth Marketing
- Brand Managers et responsables communication digitale
- Responsables e-commerce et acquisition client
- Agences média, agences digitales et consultants en stratégie Social Media
- Entrepreneurs, dirigeants et responsables marketing souhaitant optimiser leurs investissements publicitaires digitaux

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / FONDAMENTAUX DU DAY TRADING DE L'ATTENTION

- Comprendre l'évolution de l'économie de l'attention et des comportements médias
- Identifier les enjeux du temps passé, de l'engagement et de la disponibilité cognitive des audiences
- Passer d'une logique de présence sur les réseaux sociaux à une logique d'allocation stratégique de l'attention

2 / CARTOGRAPHIE DE L'ATTENTION DES CONSOMMATEURS

- Identifier les plateformes, formats et environnements où les audiences sont réellement actives
- Analyser les usages par âge, profil, marché, secteur et moment de consommation
- Construire une cartographie dynamique des opportunités d'attention

3 / DATA ET SIGNALS POUR DÉTECTER OÙ SE TROUVE L'AUDIENCE

- Exploiter les données d'audience, d'engagement, de recherche et de consommation de contenu
- Identifier les signaux faibles indiquant un déplacement de l'attention vers de nouveaux canaux
- Mettre en place un système de monitoring permettant d'actualiser régulièrement les arbitrages média

4 / ALLOCATION DYNAMIQUE DU BUDGET SOCIAL MEDIA

- Répartir les investissements entre plateformes selon le potentiel réel d'attention et de conversion
- Définir des règles de réallocation rapide des budgets en fonction des performances
- Arbitrer entre acquisition, engagement, notoriété, retargeting et conversion

Maroc Performance

5 / PERFORMANCE DES FORMATS ET DES CRÉATIFS

- Comparer la performance des vidéos courtes, contenus statiques, stories, lives et formats interactifs
- Mesurer la capacité des créations à capter et retenir l’attention
- Optimiser les contenus selon le taux de visionnage, l’engagement et les signaux de conversion

6 / TEST & LEARN ET EXPÉRIMENTATION MEDIA

- Construire des tests A/B sur les plateformes, audiences, messages, formats et créations
- Définir des protocoles d’expérimentation rapides pour identifier les nouveaux relais de croissance
- Transformer les résultats des tests en décisions concrètes d’allocation budgétaire

7 / PILOTAGE DU ROI ET DU ROAS DE L’ATTENTION

- Relier les métriques d’attention aux indicateurs business et commerciaux
- Analyser le CPM, CPC, CPA, ROAS, taux de conversion et valeur client par canal
- Identifier les plateformes sous-évaluées offrant le meilleur rapport attention / coût / performance

8 / STRATÉGIE DAY TRADING ET RÉALLOCATION EN TEMPS RÉEL

- Mettre en place un système de pilotage permettant d’augmenter, réduire ou déplacer rapidement les investissements
- Construire un tableau de bord de suivi de l’attention, des performances et des opportunités émergentes
- Élaborer une stratégie Social Media agile capable de suivre les déplacements rapides de l’attention des consommateurs

Maroc Performance

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

01 au 04 Déc. 2026	Présentiel -
05 au 08 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 05 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
27 au 30 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
22 au 25 Juin 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

Maroc Performance

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@maroc-performance.com
Web : https//www.maroc-performance.com

Maroc Performance — Tous droits réservés